

QUEEN
KE
1282
.S814
1979

LES PRODUITS HASARDEUX ET LA PROTECTION DU
CONSUMMATEUR: ETUDE ECONOMIQUE DE
L'INFORMATION, DE L'ASSURANCE, DES
GARANTIES ET DE LA RESPONSABILITE

SPENCER STAR

juillet 1979

NOTES DE COURS

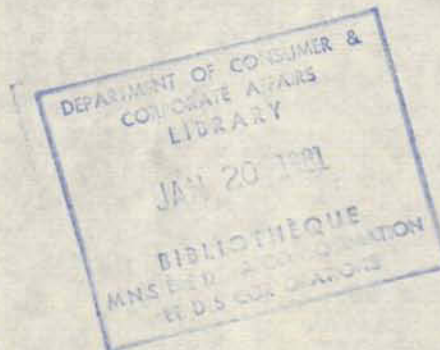
ECN-15030 Sujets spéciaux

Économie de la protection du consommateur

LES PRODUITS HASARDEUX ET LA PROTECTION DU CONSOMMATEUR

Étude économique de l'information, de l'assurance,
des garanties et de la responsabilité

Spencer Star
juillet 1979



L'analyse et les conclusions contenues dans ce rapport ne représentent pas nécessairement le point de vue du ministère.

Remerciements

La Direction de la recherche et de l'évaluation du ministère fédéral de la Consommation et des Corporations a lancé la présente étude il y a deux ans et a soutenu une efforts analysé les nombreuses difficultés qui se sont présentées. Je tiens donc à remercier M. John Evans, qui était directeur de la recherche à l'époque et qui, depuis, est devenu député. Convaincu que les gouvernements avaient besoin d'une base économique sur laquelle appuyer l'étude et le dépôt des projets de loi, M. Evans a été le principal promoteur de l'aide que j'ai reçue de l'État. Je tiens aussi à remercier M. Jonathan Guss, de la Direction de la recherche et de l'évaluation, qui a supervisé le projet. Dans sont enthousiasme et ses encouragements, le projet n'aurait jamais pu être mené à terme. Merci également à M. Saul Schwartz, qui m'a fourni nombre de documents juridiques et m'a été d'un grand secours en me donnant son avis de juriste sur quelques questions de théorie économique. Enfin, je tiens à exprimer ma reconnaissance Nicole pour l'assistance qu'elle m'a fournie au cours des dernières étapes de l'étude.

Liste des chapitres

Page

1.	Introduction	1
2.	L'économique	12
3.	La concurrence et l'imperfection du marché	21
4.	Le comportement du consommateur	35
5.	Effets externes et coûts des transactions	55
6.	La recherche d'information	74
7.	L'information et l'imperfection du marché	88
8.	Notions de base sur l'assurance	106
9.	Pour un régime national d'assurance-accidents	127
10.	Les garanties	141
11.	Les voitures d'occasion: Garanties et inspections	166
12.	Négligence et responsabilité	182

Table des matières

	Page
<u>Chapitre 1 - Introduction</u>	1
Les produits hasardeux	1
Terminologie	2
La qualité des produits et le risque de perte	2
Biens et services	3
Vendeurs et producteurs	4
Une analyse économique	5
Les objectifs de l'intervention gouvernemental	6
Domaines principaux d'intervention gouvernementale	6
L'information	7
L'assurance	7
Les garanties	8
La responsabilité	9
Plan de la présente étude	9
Le public visé	11
 <u>Chapitre 2 - L'économique</u>	 12
Le niveau d'abstraction	13
Hypothèses ou faits concrets	14
La réfutation d'une théorie	16
L'économique normative	18
Solutions pratiques et solutions optimales	18
 <u>Chapitre 3 - La concurrence et l'imperfection du marché</u>	 21
La main invisible	21
Le modèle de la concurrent parfaite	23
Deux hypothèses acceptables	23
Trois hypothèses contestables	23
L'information parfaite	25
L'équilibre concurrentiel	26
Le critère de Pareto	29
Deux théorèmes sur l'efficience	31
L'imperfection du marché	32
Théorie générale de la solution du second rang	33
 <u>Chapitre 4 - Le comportement du consommateur</u>	 35
Le ménage	35
Le coût entier	37
Les prix du produit	38
Les coûts de production du ménage	38
Les pertes	39
Le risque	39
L'équation du coût entier	41
L'aversion pour le risque	42
Les amateurs de risque	43
L'utilité marginale décroissante de l'argent	44
La substitution	45
Étude sur les dispositifs de sécurité des automobile	47

<u>Chapitre 5 - Effets externes et coûts des transactions</u>	55
L'écart entre les coûts sociaux et les coûts privés	55
Les droits de propriété	57
Les coûts des transactions et le théorème de Coase	58
Le théorème de Coase	58
L'internalisation des effets externes dans les cas où les coûts des transactions sont positifs	59
Les solutions du second rang dans les cas où les coûts des transactions sont positifs	63
Étude de cas	64
L'humidificateur à vapeur	65
Remèdes à l'imperfection du marché	69
Informé le consommateur	69
Informé le gouvernement	70
Restructurer l'assurance	72
 <u>Chapitre 6 - La recherche d'information</u>	 74
Introduction	74
Types d'information	75
La recherche d'information et l'étiquetage informatif	77
Les variables économiques sous-jacentes à la recherche d'information	81
Coûts	81
Avantages	83
Le consommateur peu instruit	84
Lignes directrices	87
 <u>Chapitre 7 - L'information et l'imperfection du marché</u>	 88
L'information considérée comme un bien collectif	88
Non-convexité et fournisseurs	91
La non-convexité et la production du ménage	96
Étude de cas: les téléviseurs Admiral qui prennent feu	100
Analyse et propositions	102
 <u>Chapitre 8 - Notions de base sur l'assurance</u>	 106
Types d'assurance	106
L'assurance améliore le bien-être collectif	107
La mise en commun des pertes	107
La répartition du risque	108
Distinction entre répartition et mise en commun	109
Le risque moral	110
L'anti-sélection	112
L'assurance optimale	112
La coassurance	113
Limites de la couverture	114
Les frais d'administration	115
Et si aucune assurance n'est disponible?	117
Faut-il appeler le gouvernement à la rescousse?	117
Les frais d'administration	119

Le risque moral	121
L'anti-sélection	122
Nouvel éclairage sur le problème des produits hasardeux	124
<u>Chapitre 9 - Pour un régime national d'assurance-accidents</u>	127
Principes fondamentaux de l'indemnisation des accidentés du travail	127
Points forts et points faibles	129
L'assurance-accidents en Nouvelle-Zélande	133
Éléments de base	134
Les points forts de la loi	135
Les points faibles de la loi	137
Et maintenant, que faire?	139
<u>Chapitre 10 - Les garanties</u>	141
L'assurance sous forme de garantie	141
Les garanties optimales si tous ont accès à la même information	142
Une garantie optimale sans frais d'administration	143
Les garanties optimales avec franchise d'avarie	145
Garantie optimale peut signifier absence de garantie	146
Garanties optimales et produits bon marché	146
Garanties optimales et coassurance	147
Les garanties lorsque tous n'ont pas accès à la même information	148
Le prix du produit	149
Les coûts de production du ménage	149
Les pertes	150
La durée utile du produit	150
La publicité trompeuse	151
Risque moral et anti-sélection	153
Dissuasion et garanties	154
Qui paie les garanties?	156
Garantie et durée raisonnable	157
Deux dernières propositions	160
Ça ne vaut pas la peine	161
<u>Chapitre 11 - Les voitures d'occasion: Garanties et inspections</u>	166
La législation sur les garanties en australie	167
Généralités	168
L'essentiel de la loi	168
Le règlement des controverses en nouvelle galles du sud	169
Le Comité des différends	169
Le tribunal des réclamations des consommateurs	172
Les inspections en nouvelle galles du sud	174
Le coût des garanties	175
Les changements dans la structure du marché	176
Les pratiques trompeuses	177
Analyse	178

<u>Chapitre 12 - Négligence et responsabilité</u>	182
Quand un règle de responsabilité est-elle efficace?	184
La négligence et la notion de faute	186
Le critère du juge Learned Hand	187
Critère relatif n° 1: La réaction au comportement d'autrui	189
Critère relatif n° 2: Le comportement correspondant à l'optimum social	190
Critère relatif n° 3: La jurisprudence	191
L'efficacité des règles de responsabilité	193
Règle n° 1: L'achat aux risques du consommateur (caveat emptor)	194
L'obligation contractuelle	195
Les simples pertes économiques	195
Règle n° 2: La responsabilité sans faute du fabricant	196
Règle n° 3: Le producteur, présumé responsable sans faute, peut invoquer l'imprudence répréhensible du consommateur	197
Règle n° 4: Le producteur est responsable s'il est jugé négligent	198
Règle n° 5: Le producteur est responsable s'il est jugé négligent mais il peut invoquer l'imprudence répréhensible du consommateur	199
Règle n° 6: Le consommateur est responsable s'il est jugé négligent mais il peut invoquer l'imprudence répréhensible du producteur	200
Règle n° 7: La partie qui aurait pu éviter les pertes aux moindres frais est responsable	201
Règle n° 8: La responsabilité proportionnelle	203
Conclusions	205
 <u>Notes</u>	 208
 <u>Bibliographie</u>	 224

CHAPITRE 1 - INTRODUCTION

LES PRODUITS HASARDEUX

Made Donoghue, vendeuse, se rendit un jour dans un café en compagnie d'une amie et commanda un soda à la crème glacée. Comme à l'époque, en Angleterre, les clients préparaient eux-mêmes ce dessert à leur table, la serveuse lui apporta un plat de crème glacée et une bouteille de soda piquant au gingembre. Made Donoghue versa presque tout le oda sur la crème glacée et commença à manger. Mais quand elle vida la bouteilles sur les quelques cuillerées de crème glacée qui lui restaient, un escargot pourri en tomba... Victime d'un choc nerveux et de graves crampes d'estomac, Made Donoghue venait d'apprendre à ses dépense que l'erreur est humaine, et devait tenter par la suite un procès devenue célèbre¹.

On peut aussi tomber sur autre chose qu'un escargot, comme M. Saddlemire qui, après avoir bu environ la moitié d'une bouteille de Coke, trouva à la boisson un goût plutôt bizarre. Curieux, il but encore quelques gorgées, puis examina la bouteille une souris morte gisait au fond². Selon un avocat qui s'est occupé d'un grand nombre de causes de ce genre, les rates ensorectes par le joueur de flûte n'étaient rien en comparaison de la multitude de souris qui sont allées se désaltérer dans des bouteilles de Coca-Cola pour y mourir ensuite, heureuses et repues³.

Bien sûre, ces erreurs ne se limitent pas à l'introduction de matières étrangères dans des produits comestibles. Ainsi, Made Claude Henningsen se promenait un jour sur la route 36 du New Jersey, au volant de la toute nouvelle Plymouth que venait de lui offrir son époux, lorsqu'elle entendit un énorme fracas: le volant lui échappa des mains et la voiture alla s'enfoncer dans un mur de briques. Made Henningsen fut gravement blessée. Quant au devant de la voiture, il était si endommagé que les experts ne purent pas déterminer avec précision la cause de l'accident. "Quelque chose là-dedans a dû se détacher et tomber", voilà tout ce qu'ils furent en mesure de conclure. Bref, un autre produit défectueux quifit l'objet d'un autre procès célèbre⁴.

Ces cas présentent ceci de commun: un consommateur a acheté un produit hasardeux. Dans chaque cas, un facteur quelconque - ici un défaut - a causé une perte. Quelquefois, une perte survient non pas à cause d'un défaut, mais d'une mauvaise utilisation du produit. Enfin, certaines pertes résultent de purs accidents dont personne ne peut être tenu responsable.

Il semble que le problème des produits hasardeux s'aggrave avec le temps. Comme la fabrication se fait en série, la défektivité d'un seul produit peut toucher des milliers ou des centaines de milliers de consommateurs. De plus, suite à certains procès spectaculaires, la population est devenue plus exigeante à l'endroit des fabricants, qui se doivent plus que jamais de mettre sur le marché des produits sûrs.

Les gouvernements ont réagi aux inquiétudes croissantes de la population en intervenant davantage sur le marché et en ouvrant un domaine législatif qui ne cesse de s'étendre, celui de la protection du consommateur. Le ministère fédéral de la Consommation et des Corporations a récemment entrepris d'étudier les problèmes causés par les produits hasardeux et d'identifier les meilleurs modes gouvernementaux d'intervention. Dans le cadre de ce programme permanent de recherches, on m'a demandé de trouver comment l'État pourrait intervenir avec plus d'efficacité. La présente étude contient donc une analyse économique générale qui indiquera aux gouvernements les moyens les plus efficaces de protéger les consommateurs contre les produits hasardeux. Étant donné le grand nombre de situations particulières dans lesquelles des produits sont susceptibles de causer des pertes au consommateurs, étant donné aussi que le rapport coûts-avantages se présente de façon différente dans chacune de ces situations, j'ai résolu de présenter un tableau cohérent qui permettra d'étudier une vaste gamme de problèmes reliés aux produits hasardeux.

TERMINOLOGIE

La qualité des produits et le risque de perte

Avant d'analyser la question des produits hasardeux et du rôle gouvernemental, il conviendrait de définir quelques termes fréquents. Dans plusieurs cas, la définition présentée ici est plus restrictive qu'elle ne le serait si le terme était employé dans des

conservations courantes. Cette précision est toutefois utile, puisqu'elle permet aux consommateurs, aux fonctionnaires, aux avocats et aux économistes d'employer le même vocabulaire de base.

Les pertes se divisent en deux catégories générales: (1) la perte d'usage*, c'est-à-dire la perte qui subit la valeur d'un produit quand celui-ci se brise ou ne donne pas un bon rendement; et (2) la perte dérivée**, c'est-à-dire toute autre forme de perte associée à l'utilisation d'un produit. Le coût des réparations d'une lave-vaisselle brisé, par exemple, est une perte d'usage***. Par contre, si de l'eau coule du lave-vaisselle et se répand par terre, le coût de remplacement du recouvrement de plancher constituera une perte dérivée.

Les défauts qui entraînent des pertes d'usage seront classées sous la rubrique rendement du produit tandis que ceux qui causent des pertes dérivées seront considérés comme ayant trait à la sûreté du produit. Les dommages à la personne et à la propriété, pertes de revenue et autres types semblables de pertes se rapportent donc à la sûreté du produit, tandis que les pertes liées au rendement du produit ne peuvent pas à la limite, dépasser le coût de remplacement du produit.

Quand il sera à la fois question du rendement et de la sûreté du produit, nous parlerons de la qualité du produit. Quant aux produits qui peuvent causer à la fois des pertes d'usage et des pertes dérivées, nous les appellerons produits hasardeux. Toute amélioration de la qualité d'un produit se traduit par une augmentation de son rendement ou de sa sûreté, et rend par le fait même le produit moins hasardeux. Toutefois, il existe d'autres méthodes pour réduire le risque, méthodes dont l'analyse constitue le thème central de la présente étude.

Biens et services

On parle beaucoup plus de la responsabilité du fait des produits lorsqu'il s'agit de la vente de

* "Use loss".

** "Derivative loss" (n. de la t.).

*** Si un lave-vaisselle en bon état pouvait se vendre \$300 et s'il a besoin de \$120 de réparations, sa valeur avant réparations tombe à \$180. Même si le consommateur ne le fait pas réparer, il subit quand même une perte d'usage de \$120.

biens que de la prestation de services. De même, la question des locations et des prêts est d'ordinaire abordée différemment, ou à tout le moins séparément. Les dispositions législatives sur les garanties, par exemple, sont souvent contenues dans une loi sur la vente de biens qui ne couvre pas la prestation de services ni les transactions qui ne sont pas des ventes. A cause de ces distinctions, les lois sont souvent incohérentes. Ainsi, la loi exige que le pourcentage des matières grasses et des autres ingrédients ajouté au boeuf haché cru soit indiqué sur l'emballage. Par contre, cette même viande servie dans un restaurant peut contenir du poulet, du poisson, de la chapelure ou du soya sans que le menu le précise.

Même si l'économie établit des distinctions précises entre les ventes, les prêts et les locations d'une part, et d'autre part, entre les biens et les services, ces catégories ne servent qu'à analyser des problèmes précis. D'ordinaire, il n'est pas nécessaire de faire des distinctions lorsqu'on analyse globalement la question des produits hasardeux. L'analyse s'applique également à toutes les catégories. Pour simplifier, nous parlerons donc de "ventes" pour désigner les ventes, prêts ou locations, et de "biens" pour désigner les biens et services. A moins d'indication contraire, le lecteur peut prendre pour acquis que les conclusions s'appliquent à tous les éléments inclus dans une même catégorie.

Vendeurs et producteurs

De même, il existe des différences fondamentales entre le détaillant, le grossiste, l'importateur et le fabricant. Toutefois, dans nombre d'analyses économiques, il suffit de parler de vendeurs ou de producteurs sans préciser de quel maillon du circuit de distribution il s'agit.

En effet, il est souvent commode de supposer qu'une entreprise fabrique et vend directement ses produits aux consommateurs, car cela permet de se concentrer sur une seule aspect sans s'égarer dans les méandres du circuit de distribution. Par exemple, si l'on veut analyser le volume d'information existant sur un produit, on se penchera d'abord sur la qualité et la quantité de renseignements disponibles, sans se demander si ces renseignements proviennent du détaillant ou du fabricant. Par contre, dans d'autres cas, la question déterminante sera la distinction entre le détaillant et le fabricant (Par exemple: "Qui, du

détaillant ou du fabricant, est le plus en mesure d'assumer la responsabilité des dommages causés par un produit défectueux?"). Mais d'ordinaire, il est plus facile de saisir clairement les aspects fondamentaux d'un problème si on élimine certaines distinctions à une étape appropriée de l'analyse, quitte à réintroduire les distinctions importantes au moment opportun.

UNE ANALYSE ÉCONOMIQUE

Règle générale, les problèmes causés par les produits suspects ou dangereux sont abordés sous leurs aspects juridiques, les débats portant sur la responsabilité, la négligence et les garanties. La présente étude rompt donc avec cette tradition puisqu'elle s'inscrit dans une perspective économique.

Les juristes se préoccupent des droits et devoirs individuels, les économistes, des coûts et de l'efficacité: ainsi pourrait-on caractériser en quoi les premiers diffèrent des seconds. La loi précise les droits et devoirs de chacune des parties en cause. Si la société perçoit l'existence d'un problème lié aux produits défectueux et estime qu'un comportement social doit changer pour que la situation soit corrigée, les juristes concevront une nouvelle législation qui redéfinira les droits et devoirs de tous, et notamment ceux de l'État. Cette législation visera par conséquent à régler des cas individuels. Des règlements détaillés viendront déterminer ce qui est prescrit et ce qui est défendu. Les procédures judiciaires de règlement des différends se fondent largement sur la jurisprudence et donnent lieu à des sentences qui ne conviennent qu'au cas en litige. Lorsque les interventions prennent des formes complexes au niveau social, recourir au juridique et au judiciaire se révèle très coûteux.

L'économie, par contre, insiste sur les facteurs d'incitation*. En présence d'un certain nombre de ces facteurs, les personnes et les entreprises sont motivées à réagir d'une façon quelconque, dans le sens de leur propre intérêt. On peut donc modifier le comportement social en changeant la structure des facteurs d'incitation. Cette méthode a l'avantage de changer le comportement social en réduisant le nombre de cas particuliers à régler, puisque l'accent est mis sur l'efficacité de l'intervention⁵.

*"Incentives" (n. de la t.).

LES OBJECTIFS DE L'INTERVENTION GOUVERNEMENTALE

Si l'État a l'intention d'intervenir pour réduire les risques présentés par les produits de consommation, il doit fixer clairement les objectifs de son intervention. Bien qu'il s'agisse là d'une évidence et d'une première étape essentielle, on la néglige souvent. Avant de poursuivre, le lecteur pourrait tenter d'énumérer les principaux objectifs possibles, de voir quels moyens permettraient de les atteindre et de déterminer si le jeu du marché libre pourrait se révéler plus efficace qu'une intervention de l'État.

Pour notre part, nous avons fixé l'objectif suivant à toute intervention gouvernementale dans ce domaine: remanier à un niveau optimal, les risques de perte auxquels sont exposés les consommateurs. Notez que notre formulation implique clairement que les pertes ne peuvent pas être complètement évitées, qu'il existe à cet égard un niveau optimal pour le consommateur et la société. Ce niveau, nous expliquerons plus loin comment le déterminer. Mais pour le moment, il est important de savoir que deux moyens sont susceptibles de réduire les risques: la discussion et l'assurance. Voici d'abord comment la dissuasion joue ce rôle: (1) le consommateur utilise et entretient ses produits avec plus de soin; (2) une information de meilleure qualité permet au consommateur de mieux choisir parmi les produits du marché en fonction des risques qu'ils présentent; (3) les fabricants sont motivés à accorder plus d'attention à la conception de leurs produits et au contrôle de la qualité. Quant à l'assurance, qui peut prendre de multiples formes, elle consiste essentiellement à faire partager par un grand nombre de personnes le risque encouru par un individu au moyen de la répartition des risques ou de la mise en commun des risques, deux notions que nous définirons en détail plus loin. En dernier ressort, en redistribuant le risque, l'assurance réduit nettement le risque réel et augmentent par conséquent le bien-être de la société.

DOMAINES PRINCIPAUX D'INTERVENTION GOUVERNEMENTALE

Nous avons circonscrit quatre domaines à propos desquels nous nous demanderons si une intervention gouvernementale serait sage et, le cas échéant, quelle forme elle devrait prendre. Ces domaines sont l'information, l'assurance, les garanties

et les règles sur la responsabilité*. L'État intervient déjà de façon substantielle dans chacun de ces domaines; voyons brièvement comment et interrogeon-nous sur les effets de ces interventions sur les consommateurs.

L'information

L'État exerce une influence sur la quantité et la qualité des renseignements qui lui-même et les consommateurs reçoivent sur le rendement et la sûreté des produits. Plus la qualité (et non pas nécessairement la quantité) de l'information dont disposent les consommateurs est élevée, plus celle-ci joue un rôle dissuasif, puisqu'elle permet de faire des choix avisés sur le marché. Les consommateurs évitent les produits dangereux et les produits à piètre rendement encourent pas conséquent de moins grands risques de perte. Quant à la société dans son ensemble, elle en bénéficie aussi: les produits les plus hasardeux sont éliminés du marché parce que les consommateurs n'en veulent plus, de sorte que le niveau global des pertes se trouve réduit.

L'assurance

Les gouvernements interviennent dans plusieurs domaines importants de l'assurance qui, tous, sont liés à la sûreté des produits. L'assurance-maladie défraie une large part des soins médicaux courants qui sont prodigués aux victimes d'accidents causés par des produits défectueux ou mal utilisés. Les régimes d'indemnisation des accidents du travail couvrent les accidents survenus sur les lieux de travail. Mentionnons à cet égard que la Commission canadienne des accidents du travail interdit aux employés belssés d'intenter des poursuites judiciaires pour être indemnisés. Or aux États-Unis, où cette restriction n'existe pas, la plupart des procès relatifs à la responsabilité du fait des produits semblent découler d'accidents causés sur les lieux de travail par de l'équipement défectueux. On comprend à quel point l'interdiction de poursuivre a de l'importance.

*Nous aurions pu ajouter un cinquième domaine, celui des normes qualitatives, mais nous l'avons intégré à l'analyse des quatre autres.

L'assurance-automobile est un autre champ où l'État intervient largement, puisque dans de nombreuses provinces, il en est le seul fournisseur. De plus, dans certaines provinces - au Québec par exemple - l'assuré n'a pas le droit d'intenter des poursuites judiciaires pour être indemnisé suite à un accident d'automobile. Des restrictions de ce genre déruisent l'effet dissuasif que pourrait avoir le système judiciaire.

En général, l'assurance réduit très bien le risque par l'intermédiaire des intemnisations, mais elle a tendance à libérer des coûts de l'accident les parties qui auraient pu le prévenir. Elle peut donc avoir pour effet de diminuer la dissuasion et d'encourager des comportements susceptibles d'entraîner des pertes. Il s'agit là d'un dilemme classique entre la somme des avantages de la répartition et de la mise en commun des risques et la somme des coûts de la diminution de la dissuasion.

Les garanties*

Depuis quelques années, les gouvernements légifèrent pour que les consommateurs soient protégés par des garanties plus solides. Les garanties obligent le fabricant à défrayer, pendant une période donnée, les déficiences de rendement de ses produits. Cette méthode sert à la fois à prévenir les défauts et à assurer le consommateur contre les pertes.

Les bonnes garanties, en plus d'être des polices d'assurance qui réduisent le risque encouru par le consommateur, remplacent l'information de meilleure qualité. En effet, si un manque d'information empêche le consommateur de choisir le meilleur produit, une solide garantie lui offre une deuxième protection. Comme c'est le vendeur qui assumera les pertes, il a intérêt à augmenter la qualité de son produit, tout comme si le consommateur détenait l'information nécessaire pour ne pas acheter un produit trop hasardeux. Il faut cependant noter que les garanties ne réduisent pas le risque lié à la sûreté du produit puisque d'ordinaire, elles ne couvrent pas les pertes dérivées.

* "Warranties" (n. de la t.)

La responsabilité

Les règles sur la responsabilité ont pour fonction d'indemniser les victimes de pertes dues à des produits défectueux et de prévenir la répétition des défauts. Si elles ont un réel effet dissuasif, le risque se trouve évidemment réduit. Toutefois, les indemnités diminuent le risque encouru par le consommateur en le faisant peser sur le vendeur ou le fabricant. La réduction du risque encouru par toute la société n'est donc réelle que si la transmission de risque se fait sous la forme d'une mise en commun ou d'une répartition des risques.

Les gouvernements interviennent en modifiant les règles en vertu desquelles une partie est tenue responsable d'une perte. Actuellement, par exemple, on discute beaucoup de l'opportunité, pour les gouvernements fédéral et provinciaux, de s'engager dans une voie au terme de laquelle le fabricant serait tenu responsable des pertes associées à l'utilisation de son produit. Cette théorie s'est concrétisée au Canada sous la forme de lois qui rendent le fabricant responsable devant le consommateur en l'absence de contrat. On étudie aussi la possibilité d'introduire la responsabilité sans faute du fabricant, ce qui obligerait le fabricant à dédommager le consommateur sans que celui-ci ait à prouver qu'il y a eu négligence. Il suffirait principalement de démontrer que le produit était défectueux et que le défaut a entraîné la perte. Or aux États-Unis, la notion de responsabilité sans faute du fabricant a été appliquée pendant de nombreuses années, et elle a causé de graves problèmes. Elle a par sur exemple augmenté les coûts de l'assurance. RC produits* et l'a même rendue impossible à obtenir dans certains cas.

PLAN DE LA PRÉSENTE ÉTUDE

Les chapitres suivants se divisent en cinq parties principales. En première partie, nous présenterons les notions fondamentales d'économiques qui nous serviront tout au long de l'analyse. Nous examinerons le fonctionnement du marché et verrons la définition et les causes de l'imperfection du marché. Nous traiterons aussi de façon assez détaillée du concept des effets externes, essentiel à la compréhension de questions importantes.

* "RC" signifie "responsabilité civile" (n. de la t.).

Dans les quatre autres parties, nous examinerons les principaux domaines d'intervention gouvernementale. La deuxième partie traitera de l'information. Nous verrons combien celle-ci est coûteuse et combien les consommateurs sont mal placés pour en produire efficacement. Nous exposerons aussi pourquoi, selon nous, l'État devrait intervenir pour améliorer la qualité de l'information. Dans la troisième partie, nous traiterons des assurances, en étudiant à la fois l'assurance-accidents destinée aux consommateurs et l'assurance RC produits dont peuvent bénéficier les fabricants. Nous examinerons en outre la possibilité d'étendre les critères de la Commission des accidents du travail pour que les victimes d'accidents survenus hors des lieux de travail puissent aussi être indemnisées, comme le prévoit, à peu de choses près, la loi néo-zélandaise sur l'assurance-accidents globale. Dans la quatrième partie, nous exposerons une théorie économique des garanties et présenterons une série de recommandations susceptibles d'améliorer la forme de celles-ci. Enfin, dans la cinquième partie, il sera question des meilleurs moyens de définir la négligence et d'établir des règles sur la responsabilité.

La présente étude se fonde sur le principe suivant: l'État devrait intervenir le moins possible quand le marché fonctionne bien et agir davantage quand il est essentiel de remédier à ses faiblesses. Par conséquent, en ce qui a trait à l'information, nous proposons que le gouvernement veille seulement à ce que les renseignements circulent mieux sur le marché. Il pourrait par exemple normaliser le type d'information et sa présentation, ce qui constituerait une forme d'intervention utile et assez peu coûteuse. Les garanties nécessitent des interventions plus poussées, mais encore là, l'État devrait se contenter de rehausser l'efficacité du marché. Dans le domaine des assurances, par contre, de solides arguments militent en faveur d'une intervention énergique: il serait bon en effet que le gouvernement adopte des lois favorisant le bien-être de la société. Quant aux règles sur la responsabilité qui servent au règlement des controverses, elles échappent presque entièrement au domaine privé. Dans ce domaine, il s'agit de savoir comment accroître l'efficacité des règlements gouvernementaux et non de chercher à favoriser le jeu du marché.

LE PUBLIC VISÉ

La présente étude n'a évidemment pas pour but de mettre au jour les fondements de l'intervention gouvernementale. Elle vise plutôt à exposer les notions fondamentales qui sont en cause dans nombre des aspects importants de cette question. Nous nous adressons avant tout aux non-économistes qui, sous un angle quelconque, se préoccupent du rendement ou de la sûreté des produits, de l'information, des garanties, des assurances ou de l'appareil judiciaire. Nous espérons par exemple que certaines sections sauront intéresser les juristes, les législateurs et les étudiants en droit.

Quant à l'économiste pour qui les divers domaines traités n'ont pas de secrets, il pourra tout de même tirer profit de sa lecture. Nous avons en effet réuni des données provenant d'une grande variété de textes économiques pour les présenter sous une forme unifiée. Dans certaines sections, nous avons tenté de nous situer à l'avant-garde des conclusions économiques habituelles. Cependant, l'étude ayant été conçue pour un public non spécialisé, la plupart de ces tentatives doivent être considérées comme des hypothèses de recherches et non comme des conclusions définitives.

CHAPITRE 2 - L'ÉCONOMIQUE

On dit souvent que si l'on consulte dix économistes sur un problème d'actualité, on obtiendra à coup sûr dix réponses différentes, et que ces éternels désaccords démontrent à quel point les analyses économiques discutables. Cette attitude est dangereuse parce qu'elle ne tient pas compte des règles fondamentales sur lesquelles les économistes sont en général d'accord. Cela est particulièrement évident lorsque des spécialistes d'autres disciplines critiquent le raisonnement d'un économiste: souvent, ils ne perçoivent pas les lacunes qu'aurait relevées un autre économiste et font porter leurs attaques sur des principes de base qui ne sont pas contestés. Pour prévenir ces critiques injustifiées, il nous faut tenter de saisir dans son essence ladémarche des économistes.

Cette démarche se caractérise fondamentalement par la recherche logique de la solution la plus efficiente ou la plus équitable. Aux yeux du juriste habitué aux subtilités de cause particulières, la logique rigoureuse de l'économiste peut paraître à la fois trop complexe, parce qu'elle est trop mathématique, et simplite, parce qu'elle n'est souvent orientée que vers l'efficience. Comme l'écrivait Oliver Wendal Holmes fils en 1981: "Le droit ne s'appuie pas sur la logique mais sur l'expérience... La loi reflète les étapes de l'évolution d'un pays au cours des siècles. Elle ne peut pas être considérée comme un simple recueil d'axiomes et de corollaires mathématiques"¹.

Holmes a sûrement raison, mais l'économiste est souvent contraint d'emprunter la même voie axiomatique que le mathématicien en insistant à l'extrême sur la maximisation de l'efficience d'un système. Richard Posner, dans son Economic Analysis of Law, souligne avec passablement de force l'aspect économique en affirmant que sil'analyse de la première partie de son ouvrage est exacte, la question cruciale sur laquelle doit porter la discussion dans nombre de poursuites judiciaires est la suivante: "Comment faut-il répartir les ressources pour promouvoir l'efficience?"². Soyons juste: l'énoncé de Posner repose sur un raisonnement qui lui est propre et que nous ne voulons pas remettre en question ici. Mais il

semble aller trop loin en avançant que l'efficience doit être le but ultime. Selon nous, beaucoup d'économistes seraient déjà fort contents si les juristes reconnaissaient les effets de leurs décisions sur l'efficience et en tenaient compte au même titre que d'autres considérations plus traditionnelles.

Notre but n'est pas de prouver la supériorité absolue de l'analyse économique, mais seulement de démontrer qu'on a parfois intérêt à examiner comment les économistes étudient un problème. Le présent chapitre a donc, en quelque sorte, valeur d'apologie: il présente au lecteur certaines notions fondamentales d'économie afin de l'amener à accepter, du moins pour le moment, la démarche de l'économiste.

LE NIVEAU D'ABSTRACTION

L'une des grandes caractéristiques de l'économique est qu'elle préfère l'analyse théorique globale à l'examen minutieux des détails. L'analyse globale laisse de côté une foule de détails jugés non pertinents parce qu'ils ont tendance à s'équilibrer quand on les considère dans une perspective d'ensemble. L'économiste cherche un modèle général de comportement qu'il peut expliquer à l'aide d'un nombre minimum d'éléments descriptifs, car les détails ne servent qu'à embrouiller la situation et nuisent à la perception des modèles sous-jacents.

Notre analyse économique des garanties constitue un bon exemple d'analyse globale. Nous expliquons que les garanties ont un effet dissuasif en ce sens qu'elles obligent les fabricants à absorber une partie des coûts liés aux vices des produits. C'est ce qu'on appelle l'internalisation des effets externes*. Or nous n'avons fait qu'appliquer aux garanties la théorie générale des effets externes que nous avons exposée au chapitre 5. Si un juriste s'était penché sur le même sujet, il se serait plutôt attaché aux différences qui distinguent les lois provinciales sur la vente de biens ou aurait examiné de façon exhaustive les divers moyens de résoudre les problèmes de consommateurs. L'analyse aurait été plus détaillée, mais l'élaboration d'une grille théorique y aurait été moins soutenue.

* "Internalization of externalities" (n. de la t.)

HYPOTHÈSES OU FAITS CONCRETS

On se reproche souvent aux économistes de se fonder sur des hypothèses irréalistes pour élaborer des thèses chimériques qui ne peuvent en aucun cas s'appliquer à des situations concrètes. On affirme par exemple que l'individu ne fait pas un achat suite à une décision rationnelle, mais qu'il consomme plutôt au gré de sa fantaisie ou pour être au goût du jour. Ainsi, il est plus probable qu'un homme va s'acheter une nouvelle raquette de tennis pour se consoler de sa dernière défaite (surtout si son adversaire était une femme!) que parce qu'il a pesé le pour et le contre de cet achat. De plus, tout le monde semble avoir entendu parler d'un produit qui s'est mieux vendu à la suite d'une augmentation de prix, ce qui contredit la loi de la demande.

Examinons ces critiques de plus près en voyant ce que l'on entend par "hypothèses irréalistes"³.

Certains - et cette opinion est plutôt simpliste - soutiennent que les hypothèses sont irréalistes parce qu'elles ne décrivent pas de façon exhaustive l'objet ou l'activité en question. Certaines des caractéristiques principales peuvent être décrites, mais la plupart sont laissées de côté. Comme aucune description ne peut tenir compte de tous les aspects en cause, cette objection est faible et peut être éliminée.

D'autres, et c'est là une critique plus sérieuse, jugent une hypothèse irréaliste quand elle semble contredire les faits. On s'inscrit souvent en faux contre l'hypothèse selon laquelle toutes les décisions des entreprises visent à maximiser les profits. Notre réplique à cette critique comporte deux volets qui, réunis, peuvent expliquer les conditions dans lesquelles l'accusation d'irréalisme est ou non justifiée.

Dans un premier temps, attardons-nous à la propriété qu'ont les théories de nous permettre de faire des prédictions. En économie, les hypothèses s'inscrivent d'ordinaire dans une suite d'énoncés logiques qui mènent à des prédictions sur les phénomènes réels. Par exemple, l'hypothèse selon laquelle les entreprises n'agissent que pour maximiser leurs profits nous conduit à prédire en quoi la production d'une entreprise sera modifiée si les conditions du marché changent. La partie essentielle

de la théorie consiste à prévoir les changements que connaîtra la production de l'entreprise. L'hypothèse elle-même n'est que l'énoncé d'une règle dont se servent les économistes pour calculer certains coûts et avantages et, par la suite, pour prédire les changements de production. L'entreprise elle-même peut s'appuyer sur un ensemble de règles tout à fait différentes. Elle peut même ignorer comment calculer le profit maximum. L'essentiel, toutefois, est de voir si la production est conforme aux prédictions, et non de connaître la règle dont l'entreprise s'est servi pour fixer sa production. Si les prédictions de l'économiste se révèlent erronées, l'hypothèse de la maximisation des profits se trouve réfutée. Même si une hypothèse ne s'applique pas dans certaines circonstances, elle peut s'appliquer dans d'autres secteurs ou à d'autres moments. Si les prédictions sont correctes, l'hypothèse est applicable. L'économiste doit cependant prendre soin de préciser qu'il ignore si l'entreprise s'appuie sur la règle de la maximisation des profits pour prendre ses décisions. La seule affirmation que l'on puisse faire est que l'entreprise agit "comme si" elle voulait maximiser ses profits.

Dans un deuxième temps, répondons aux critiques qui jugent insuffisant que l'économiste ne sache pas en vertu de quelle règle les entreprises prennent réellement leurs décisions. Ces opposants rejettent la formule "comme si" (hypothèse conditionnelle) parce qu'elle se fonde sur un concept qui ne correspond à rien de concret. Ainsi, aucune entreprise ne dispose d'assez d'information pour calculer avec certitude quels seraient ses profits dans toutes les conditions possibles, et pourtant la proposition "l'entreprise agit "comme si" elle voulait maximiser ses profits" s'applique à un monde où l'on connaîtrait précisément les profits obtenus dans n'importe quelle circonstance. Nous répondrons à cela que les théories fournissent une norme par rapport à laquelle on peut mesurer les écarts qui se manifestent dans la réalité. On classe ensuite systématiquement ces écarts et leurs causes en catégories générales, après quoi on analyse le cas qui nous occupe en fonction de cette classification. Les économistes utilisent par exemple la théorie économique fondée sur la certitude comme une norme en fonction de laquelle ils étudient les effets de l'incertitude. La théorie considérée comme cadre limitatif devient donc un remarquable outil d'analyse des phénomènes.

LA RÉFUTATION D'UNE THÉORIE

Nous venons d'insister sur cette propriété qu'ont les théories de nous permettre de prédire le rendement économique même dans les cas où la règle que nous utilisons est différente de celle qu'emploie le décideur. Or une section de l'économie fait des prédictions et les confronte aux faits: il s'agit de l'économie positive.

Dans ce domaine, il semblerait qu'un critère simple permette de juger une théorie: si elle ne donne pas lieu à des prédictions exactes, il faut la rejeter. Mais il n'est pas si facile de savoir si une théorie mérite ou non d'être rejetée. Afin de comprendre pourquoi, examinons de plus près la composition et les méthodes d'évaluation des théories.

En économie, le modèle ou la théorie est un ensemble logique d'hypothèses ou d'énoncés qui permet d'expliquer et de prédire une grande variété de phénomènes économiques. La plupart des prédictions se présentent sous la forme suivante: une condition introduite par le mot "si", suivie d'une conséquence introduite par le mot "donc" ("Si X subit tel changement, Y changera donc dans tel sens, toutes choses étant égales d'ailleurs").

La confrontation des prédictions théoriques avec les faits se nomme "économie empirique" et diffère de la théorie économique. Dans le domaine de l'économie empirique, l'hypothèse exprimée par la proposition "toutes choses étant égales d'ailleurs" présente l'image d'un monde fait de constance. Mais l'univers se compose de variables qui, pour la plupart, changent sans arrêt. Les sciences pures comme la chimie et la physique surmontent cette difficulté en contrôlant leurs expériences de manière que toutes les variables, sauf une importante, demeurent inchangées. Le travail empirique des économistes serait facilité de beaucoup si la chose était possible. Malheureusement, en économie, les expériences contrôlées sont d'ordinaire impossibles. C'est pourquoi l'économétrie (ou emploi de méthodes statistiques pour mesurer les phénomènes économiques) a pris naissance. En gros, elle joue le même rôle que l'expérience contrôlée en physique et que la proposition "toutes choses étant égales d'ailleurs" dans la théorie économique.

Les chercheurs se servent des techniques d'économétrie pour prendre en compte les changements produits par les variables contrôlables. Ils peuvent ainsi se concentrer sur une seule prédiction ("si... donc..."). Cependant, comme ces techniques sont sujettes à une certaine probabilité d'erreur, les chercheurs peuvent toujours justifier la pauvreté de leurs prédictions. Ils peuvent soutenir que dans leur travail d'économétrie, ils n'ont pas suffisamment tenu compte de telle variable parce qu'en théorie, elle ne devait pas changer. Cela peut se produire parce que les données requises manquaient ou, plus simplement, parce que le chercheur avait sous-estimé l'importance de la variable en question. Par conséquent, il n'est pas nécessaire de rejeter une théorie économique parce qu'on en a obtenu de mauvaises prédictions. Il vaut mieux modifier une partie des données sur lesquelles on s'appuie, changer telle équation, et essayer de nouveau en espérant que les résultats seront meilleurs.

Si les désaccords entre économistes semblent si nombreux, c'est bien qu'il est difficile de rejeter des théories. On peut privilégier l'une d'elles et continuer de s'y accrocher même si elle a conduit à de nombreux échecs. Malheureusement pour le public, il faut être versé en économie pour distinguer les emplois légitimes et illégitimes du "toutes choses étant égales d'ailleurs". Mais même entre spécialistes, la frontière demeure difficile à tracer.

Même si l'on se sert quelquefois de cet argument par pur opportunisme, il peut demeurer une preuve de bon sens. En effet, on peut considérer qu'il est plus raisonnable de conserver une théorie familière, même si elle a besoin de corrections, que de la remplacer par une nouvelle théorie encore insuffisamment éprouvée. C'est là une manière d'éviter l'incertitude qui entoure l'emploi d'un nouveau produit peut-être défectueux. Par conséquent, la plupart des débats entre économistes s'appuient sur des modèles théoriques qui ont conduit à des prédictions erronées mais qui ont été corrigés pour pouvoir servir encore. Quant aux théories nouvelles, elles coexistent avec les anciennes. En somme, il en va dans ce domaine comme dans l'armée: ce n'est qu'une fois que les jeunes recrues ont fait leurs preuves que les vétérans peuvent tranquillement prendre leur retraite.

Il faut cependant noter que si la capacité de prédiction est, tout imparfait qu'il soit, le critère fondamental des modèles théoriques en économie positive, il existe un autre secteur de l'économie qui utilise un éventail plus large de critères.

L'ÉCONOMIQUE NORMATIVE

Les modèles servent souvent de normes à partir desquelles on recommande des lignes de conduite; ils appartiennent à l'économie normative plutôt qu'à l'économie positive. On peut caractériser sommairement ces deux domaines en disant que l'économie positive s'attache principalement à tester la capacité de prédiction des hypothèses, tandis que l'économie normative formule des recommandations. De toute évidence, les deux se recoupent souvent, puisque la plupart des recommandations solides sont liées à des modèles théoriques.

Dès lors, comment savoir si un modèle théorique particulier constitue une norme faible sur laquelle fonder des recommandations? Pour répondre à cette question, il faut faire un jugement de valeur. Il faut bien sûr se méfier des jugements rapides ou arbitraires. Nous parlons plutôt de jugements qui évalueraient soigneusement l'applicabilité d'une théorie au problème étudié. Pour parvenir à un tel jugement, il faut évaluer toute la logique d'un modèle, tant du côté des hypothèses que des prédictions, et examiner les coûts et avantages de toutes les solutions proposées, statu quo compris. Manifestement, le jugement occupe une place importante en économie, et tout particulièrement en économie normative.

SOLUTIONS PRATIQUES ET SOLUTIONS OPTIMALES

Étant donné que la théorie économique recourt à des termes comme "optimum" et "maximum", on demande souvent aux économistes de recommander des mesures susceptibles d'optimiser ceci ou cela. C'est là une grave erreur, car les optima n'existent que dans les modèles théoriques où toutes les variables sont contrôlées. L'économiste travaillant avec un modèle théorique peut trouver une solution optimale en simplifiant le problème jusqu'à ce que le modèle produise les résultats escomptés. L'emploi de modèles simplifiés peut donc faciliter de beaucoup la compréhension des problèmes réels. Toutefois, il faut absolument se garder de confondre les solutions théoriquement optimales et les solutions pratiques.

En principe, on peut espérer atteindre la solution pratique optimale, trouver la meilleure politique réaliste. Mais il ne faut pas oublier combien il en coûte pour résoudre les problèmes concrets. La solution optimale est en effet, par définition, la meilleure de toutes les options possibles, et non celle qui se dégage des quelques options que l'on a eu le temps et les moyens d'examiner.

Règle générale, les bonnes réponses exigent de bonnes recherches, et les bonnes recherches sont coûteuse. Si aucune restriction monétaire ne limitait la poursuite des solutions optimales, l'État pourrait embaucher une foule d'économistes, leur adjoindre des secrétaires de premier ordre et mettre à leur disposition des ordinateurs énormes, des bibliothèques remplies à craquer et toutes les données nécessaires, comme pour le projet Manhattan, dans le cadre duquel les États-Unis ont mis au point la bombe atomique. Nul doute qu'alors, les réponses viendraient. Mais des recherches de cette envergure demandent beaucoup de fonds, alors que les fonctionnaires désireux d'appliquer des solutions optimales sont toujours aux prises avec des contraintes budgétaires quelconques. Ou bien l'argent manque, ou bien les personnes compétentes fond féaut, ou bien le ministre aurait eu besoin de connaître la solution optimale...hier.

Il vaut donc mieux n'employer le terme "optimum" que dans les hautes sphères de la théorie, car on risque trop de l'employer à tort, et adopter plutôt un objectif plus réaliste: améliorer la situation.

Le principe de l'amélioration ou de la solution du second rang* suppose que nous sommes myopes. Nous cherchons le sommet le plus élevé de la chaîne de montagnes, mais comme notre vue ne porte par très loin, nous choisissons tout simplement de faire de l'escalade. Il se peut que nous n'atteignons jamais le sommet, mais ou moins, nous monterons.

Chercher la solution du second rang plutôt que la solution optimale comporte des avantages pratiques. Prenons par exemple l'étiquetage informatif des produits. A l'heure actuelle, rien sur l'étiquette ne laisse prévoir l'apparence qu'aura une chemise infroissable après un lavage et un séchage normaux.

* Nous traiterons en détail de la solution du second rang au Chapitre 3.

Pourtant, dans l'industrie, les tissus sont classés d'après des normes précises, de 1 à 5, par intervalles d'un demi-point (5 correspondant au meilleur tissu)⁴. Il ne serait pas bien difficile pour le fabricant d'ajouter sur l'étiquette une échelle qui indiquerait la résistance de la chemise au froissement. Mais, comme le savent les personnes au courant des problèmes de l'étiquetage informatif, bien d'autres caractéristiques importantes pourraient aussi figurer sur l'étiquette. Un comité auquel on confierait la tâche d'établir l'étiquette "optimale" prendrait probablement plusieurs années - à grands frais - pour atteindre son but. Par contre, si les membres du comité estimaient qu'en ajoutant quelques renseignements sur les caractéristiques de tissus infroissables, ils amélioreraient déjà de beaucoup la situation actuelle, quelques heures de discussion pourraient leur suffire pour formuler une recommandation.

Bref, dans de nombreux cas, on pourrait sans doute prendre à peu de frais des décisions qui amélioreraient la situation. Même si la rationalité occupe une très grande place en économie, il faut se garder d'en être obsédé au point de chercher la solution optimale qui s'appliquerait au monde réel. Malheureusement, le mot "optimal" a été utilisé si souvent et dans des cas si divers qu'il a perdu une grande part de sa signification. Lorsque nous l'employons dans la présente étude, il s'applique à un résultat très précis, généralement la solution d'un problème relatif à la maximisation de la production ou à la réduction des coûts, au minimum problème comportant souvent diverses contraintes. Cependant, nos recommandations, même si elles peuvent être fondées sur des solutions théoriques optimales à des problèmes précis, doivent être considérées comme des moyens d'améliorer une situation, et non comme des éléments d'une politique optimale. Dans ce domaine, la recherche de l'optimum pourrait bien être, en effet, une quête irrationnelle de la rationalité.

CHAPITRE 3 - LA CONCURRENCE ET L'IMPERFECTION DU MARCHÉ

LA MAIN INVISIBLE

En économie, depuis qu'Adam Smith a écrit La Richesse des nations (1776), le concept de concurrence parfaite a fait l'objet de beaucoup de réflexions et de controverses. Adam Smith en avait saisi l'essence lorsqu'il disait de l'homme d'affaires:

"A la vérité, son intention, en général, n'est pas (...) de servir l'intérêt public, et il ne sait même pas jusqu'à quel point il peut être utile à la société (...). Il ne pense qu'à son propre gain; en cela, comme dans beaucoup d'autres cas, il est conduit par une main invisible à remplir une fin qui n'entre nullement dans ses intentions (...). Tout en ne cherchant que son intérêt personnel, il travaille souvent d'une manière bien plus efficace pour la société, que s'il avait réellement pour but d'y travailler. Je n'ai jamais vu que ceux qui aspiraient dans leurs entreprises de commerce, à travailler pour le bien général aient fait beaucoup de bonnes choses.¹"
(C'est nous qui soulignons.)

Le marché concurrentiel ne compte pas sur la fraternité ni sur la charité pour pousser chacun à consacrer ses énergies au bien-être de la société. C'est plutôt le désir vil qu'a l'homme d'améliorer sa propre situation qui est saisi, emprisonné et mis à l'oeuvre par le régime de marché. Le directeur d'un grand magasin à rayons ne disait-il pas que Dieu avait créé les masses afin qu'elles soient exploitées, et qu'en les exploitant, il respectait sa volonté?²

Certes, c'est une théorie puissante que celle qui domine les idées de l'homme au point de changer les vices en vertus, comme les alchimistes transformaient le plomb en or. De ce monde sens dessus dessous, John Maynard Keynes disait:

"Quand l'accumulation des richesses ne sera plus d'une grande importance sociale, de profondes modifications se produiront dans notre système de moralité. Il nous sera possible de nous débarrasser de nombreux principes pseudo-moraux qui nous ont tourmentés pendant deux siècles et qui nous ont fait ériger en vertus sublimes certaines des caractéristiques les plus déplaisantes de la nature humaine. Nous pourrions nous permettre de juger la motivation pécuniaire à sa vraie valeur. L'amour de l'argent comme objet de possession, qu'il faut distinguer de l'amour de l'argent comme moyen de se procurer les plaisirs et les réalités de la vie sera reconnu pour ce qu'il est: un état morbide plutôt répugnant, l'une des ces inclinations à demi criminelles et à demi pathologiques dont on confie le soin en frissonnant aux spécialités des maladies mentales...

Mais attention! Les temps ne sont pas encore venus. Pendant au moins un siècle de plus, il nous faudra faire croire à tout un chacun et à nous-mêmes que la loyauté est infâme et que l'infamie est loyale, car l'infamie est utile et la loyauté ne l'est pas.³"

D'après Keynes, l'infamie (agir dans son propre intérêt) est utile et la loyauté (agir dans l'intérêt des autres) ne l'est pas. Voilà qui reflète le précepte central du régime de marché: il faut établir un ensemble de récompenses et de pénalités économiques de sorte que chaque personne qui n'agit que dans son intérêt personnel, contribue au bien commun.

Afin de saisir le point où cette théorie de la main invisible s'écroule et où l'intérêt personnel commence à nuire à la société au lieu de lui être bénéfique, nous allons étudier le modèle de la concurrence parfaite. Nous porterons une attention particulière à des hypothèses choisies afin d'isoler celles qui mènent à des problèmes importants dans le domaine de produits hasardeux et de la protection du consommateur. Nous examinerons l'efficacité de la concurrence parfaite, puis nous verrons ce que l'on entend par "imperfection du marché". Enfin, nous étudierons le type de solution du second rang qui est proposé quand la concurrence parfaite est irréalisable.

LE MODELE DE LA CONCURRENT PARFAITE

Deux hypothèses acceptables

Au cours de la présente étude, nous soutiendrons deux hypothèses générales: (1) les consommateurs font des choix rationnels pour maximiser leur bien-être, selon les limites de leurs richesses; (2) les producteurs maximisent leurs profits. Ces deux hypothèses se fondent sur cette motivation essentielle qu'est l'intérêt personnel. L'hypothèse du consommateur rationnel tire sa justification du fait qu'elle est une hypothèse conditionnelle utile. De plus, là où le comportement du consommateur n'est pas rationnel, il est quand même avantageux de considérer la rationalité comme une norme par rapport à laquelle on peut évaluer ce comportement. L'hypothèse de la maximisation des profits est aussi maintenue parce qu'elle fournit de bonnes prédictions. En outre, elle décrit probablement bien la réalité dans de nombreux cas, tout particulièrement si l'on prend soin de préciser les facteurs qui influent sur les profits.

Trois hypothèses contestables

Trois hypothèses cruciales sont nécessaires afin d'utiliser avec succès le modèle du marché concurrentiel. Hélas, chacune d'elles est contestable. Cependant, pour le moment, nous ne les expliquerons que brièvement et demanderons au lecteur de laisser comme nous sa méfiance de côté jusqu'à ce que nous ayons fini d'étudier le fonctionnement du modèle. Dans les chapitres suivants, le modèle sera à plusieurs reprises confronté avec des faits: cela fera ressortir la relation qui existe entre les hypothèses douteuses et les problèmes liés à la qualité des produits.

Selon la première hypothèse, il existe des marchés pour tous les biens et services utiles. Cette hypothèse apparemment banale ne s'applique évidemment pas à un domaine comme la défense nationale. Il y a là une demande de la part du consommateur, mais le marché où chacun pourrait se procurer la quantité désirée de produits est inexistant. C'est pourquoi l'État remplace le marché. L'hypothèse n'est pas valide non plus lorsqu'il s'agit de pollution (les usines ne vendent pas la fumée polluante qu'elles produisent) et de pêche (les pêcheurs ne paient pas les poissons qu'ils retirent de la mer). Ce qu'il nous importe de savoir, c'est si l'absence de certains marchés entraîne des pertes dont la réduction exigerait une intervention de l'État.

La deuxième hypothèse découle de certaines propriétés nécessaires aux modèles lorsqu'ils sont exprimés par une formule mathématique. On la nomme "hypothèse de convexité". Le terme "convexité" est employé parce que les caractéristiques mathématiques attribuées aux consommateurs et aux producteurs se présentent sous une forme convexe quand elles sont reportées sur un graphique. Sur une surface convexe, on peut relier par une ligne n'importe quelle paire de points sans sortir de la surface. Prenons par exemple un melon d'eau: en principe, on pourrait tendre une ficelle entre deux pépins ou entre deux points de la pelure sans quitter le fruit.

On dira d'un consommateur qu'il manifeste une préférence convexe si la courbe illustrant la quantité d'un bien de consommation qu'il serait prêt à échanger contre un autre bien prend la forme d'un quartier de melon d'eau. Lorsque nous combinons la première et la deuxième hypothèses, nous sommes assurés que le consommateur achètera un produit en quantité moindre si le prix de celui-ci augmente: c'est ce qu'on appelle la loi de la demande à pente fléchissante⁴.

On dit d'un fabricant que sa production est convexe quand la courbe qui indique combien il peut produire avec différentes quantités de capital et de main-d'oeuvre a aussi la forme d'un quartier de melon d'eau. Si la courbe est bien régulière, c'est que l'entreprise connaît des rendements décroissants. Si la courbe est interrompue par des droites, c'est que les rendements sont constants. Lorsque l'on combine l'hypothèse de la maximisation des profits et l'hypothèse de la convexité, on est assuré que les fabricants tenteront d'augmenter leur production s'ils se voient offrir des prix plus élevés. En d'autres termes, les courbes de l'offre seront constantes ou à pente orientée vers le haut⁵.

La troisième hypothèse pose les monopoles sont absents de l'économie. D'ordinaire, il faut réunir plusieurs conditions préalables pour obtenir ce résultat. Par exemple, si dans chaque marché il existe un grand nombre de vendeurs et d'acheteurs, si les vendeurs offrent des produits identiques et si tous sont bien informés des prix et de la qualité des produits, les marchés seront concurrentiels. On peut résumer ces conditions en disant que ni les acheteurs ni les vendeurs ne peuvent dicter les prix ni les quantités et que le marché est ouvert à quiconque veut y entrer, soit comme consommateur, soit comme producteur. Nous pourrions donner comme exemple de monopole la capacité qu'on les producteurs de fixer

les clauses d'un contrat en utilisant des ententes normalisées. Nous traiterons de cette question dans la présente étude puisque les garanties font partie du contrat qui lie le vendeur et l'acheteur.

L'INFORMATION PARFAITE

Nous avons dit auparavant que pour que les marchés soient concurrentiels, il faut que vendeurs et acheteurs soient bien informés: c'est l'hypothèse de l'information parfaite. Toutefois, elle n'est pas considérée comme une hypothèse fondamentale puisque selon les formulations rigoureuses du modèle concurrentiel, elle fait elle-même partie d'autres hypothèses⁶.

Dans le modèle de la concurrent parfaite, au lieu de supposer que les consommateurs savent tout, on réduit le besoin d'information au minimum. Les consommateurs ont seulement besoin de connaître leurs préférences, leurs revenus et les prix du marché. Peu leur importent les préférences et les revenus des autres. En effet, ils n'ont qu'à choisir parmi un grand nombre d'automobiles ou de savonnettes toutes pareilles les unes aux autres, les prix étant leur seul critère de décision. De même, les producteurs ont seulement besoin de connaître les techniques de fabrication et les prix du marché sans avoir à tenir compte des préférences des consommateurs. Chacun vend son produit, identique à tous les autres, à un prix donné. Si le marché fonctionne bien, s'il a atteint un équilibre, les produits ne sont alors offerts qu'en un seul modèle, le meilleur.

Le modèle théorique illustre donc bien les économies considérables d'information qu'il est possible de réaliser dans un régime décentralisé de marché. Le cas d'un agriculteur qui vend du blé rouge d'hiver de catégorie 2 sur un marché concurrentiel nous en donne un exemple concret. Il suffit à l'agriculture de connaître le prix du blé et des semences, d'autres facteurs de production et les méthodes de culture. Il n'a nul besoin de savoir quelle quantité de blé est nécessaire aux consommateurs ni quelle proportion de la demande il peut cultiver.

Évidemment, les revenus des agriculteurs varient considérablement en raison des mécanismes du marché concurrentiel. Des commissions du blé ont donc été mises sur pied afin de recueillir à grands frais des informations sur la quantité de blé à cultiver et sur ceux qui vont le cultiver. Elles doivent faire face aux erreurs inévitables qui découlent de l'information imparfaite et qui se traduisent par des pénuries ou des surplus. Certains sont d'avis qu'il ne vaut pas la peine de consacrer autant d'argent à une telle bureaucratie parce que pour assurer une planification adéquate, elle requiert beaucoup plus d'information que le marché concurrentiel.

Quant à nous, au lieu de poser que l'information parfaite existe, nous considérerons plutôt l'information comme un produit parmi d'autres, qui peut être acheté ou vendu. Les produits sont éprouvés par d'autres consommateurs, ménages, organismes d'expérimentation, etc. Si les consommateurs pensent que cela en vaut la peine, ils achètent cette information en échange d'une partie du temps ou de l'argent de leur ménage. Ou encore, ils testent eux-mêmes certains produits, produisant ainsi de l'information par leurs propres moyens. Par conséquent, si un problème concret surgit en raison d'un manque d'information, nous ne nous contenterons pas d'affirmer que l'information parfaite n'existe pas en réalité. Nous serons plutôt en mesure de déterminer quoiqu'il en soit, l'information, tant quantitativement que qualitativement, n'est pas disponible.

L'ÉQUILIBRE CONCURRENTIEL

Lorsque l'offre est égale à la demande - c'est-à-dire lorsqu'il n'y a ni pénurie, ni surplus - on dit du modèle de marché qu'il a atteint un équilibre concurrentiel. Les cinq hypothèses que nous avons formulées constituent les principes fondamentaux qui permettent au modèle d'atteindre effectivement un équilibre. Au départ, chaque individu est doté d'une quantité donnée de ressources. Les consommateurs maximisent leur bien-être et les producteurs, leurs profits. Les marchés existent partout où le besoin s'en fait sentir et le monde est convexe et sans monopole.

Cependant, le modèle concurrentiel ne fait aucune mention de la vitesse d'adaptation, c'est-à-dire de la rapidité avec laquelle le marché tend vers l'équilibre concurrentiel ou y parvient. Bien des histoires ont été inventées à ce sujet pour les professeurs, qui les répètent aux étudiants afin, sans doute, de leur garantir un sommeil tranquille. Mentionnons l'une des plus courantes, celle du commissaire-priseur qui demande aux gens de mettre sur papier la quantité d'objets qu'ils veulent vendre ou acheter et le prix qu'ils demandent ou offrent. Il assortit ensuite les chiffres, mais ne permet aucune transaction avant que toutes les offres ne soient égales aux demandes. Il doit répéter ce manège jusqu'à ce que tout le monde parvienne à un accord et qu'il n'y ait ni pénurie ni surplus. Curieusement, ce "tâtonnement"* se déroule à la vitesse de l'éclair, sans qu'il en coûte quoi que ce soit⁷.

La question de la vitesse d'adaptation devient pertinente lorsqu'un discute des améliorations qui se font automatiquement, sans que l'État ait à intervenir. Par exemple, dans de nombreux cas, le marché libre a répondu aux demandes de meilleurs produits en améliorant la qualité de façon générale. Un produit comme une automobile peut sembler avoir plus de défauts de nos jours qu'il y a quelques années, mais si l'on considère l'industrie mondiale dans son ensemble, on peut maintenant acheter des voitures plus sûres, plus maniables, plus économiques et moins polluantes qu'il y a 15 ou 20 ans.

Il importe cependant de savoir si, sans l'intervention du gouvernement, ces améliorations se seraient produites assez vite pour répondre aux aspirations grandissantes des consommateurs. Très souvent, la réponse paraît être négative. Ainsi, le Congrès américain a cru nécessaire automobile, la pollution, la consommation d'essence et la conception des pare-chocs. En somme, l'État est intervenu parce que le marché était incapable de réagir assez vite, même s'il était sur la bonne voie.

Le marché atteint un équilibre concurrentiel (tant dans la réalité que dans la fiction) du seul fait des tenants conclus entre les acheteurs et les vendeurs. Certes, une grande partie de l'attrait exercé par le régime d'échanges commerciaux découle de cet aspect volontaire et démocratique de la concurrence. Les gens votent avec des dollars pour la qualité et la quantité de produits qu'ils veulent.

* En français dans le texte (n. de la t.)

Cet équilibre peut donner lieu à un partage très inégal des revenus, mais cette situation est due à la fois au libre choix, à la chance et à l'allocation initiale des revenus. Par exemple, il y a libre choix lorsqu'une personne décide de devenir garçon de table plutôt que barman, et malchance lorsque l'explosion d'une bouteille de Coca-Cola blesse Jean. La répartition inégale des ressources de départ apporte la richesse aux uns, une très grande intelligence aux autres et très peu d'atouts à la vaste majorité qui, par conséquent, a de la difficulté à se tailler une place sur le marché. Cependant, si l'équilibre ne donne pas des résultats satisfaisants, la société peut redistribuer les revenus par le jeu des impôts et des subventions, tout en continuant à profiter des avantages du marché concurrentiel, du moins en théorie.

Les revenus des consommateurs sont déterminés sur les marchés des facteurs de production (sol, main-d'oeuvre et capital) tandis que les profits des hommes d'affaires se calculent en déduisant les dépenses engagées sur le marché des facteurs de recettes obtenues sur le marché des produits. L'interaction de la demande des entreprises et de l'offre des ménages sur le marché des facteurs détermine les revenus des ménages et les dépenses des entreprises. Munis de leurs salaires, les ménages pénètrent sur le marché des consommateurs en tant qu'acheteurs, tandis que les entreprises y entrent en tant que vendeurs. L'offre dépasse-t-elle la demande? Certaines entreprises le signalent en baissant leurs prix. Comme des fourmis qui découvrent un groupe de pique-niqueurs, les consommateurs se ruent sur le surplus jusqu'à ce qu'il n'en reste plus rien, pas même une miette. La réduction des prix signifie également aux entreprises de freiner leur production étant donné la baisse des profits. Quant aux pénuries, elles font monter les prix et poussent les entreprises à augmenter leur production et les consommateurs à réduire leur consommation, jusqu'à ce que le marché retrouve son équilibre.

Le modèle concurrentiel, puisqu'il s'appuie sur la loi du plus fort, peut être qualifié de darwinisme économique. Certaines entreprises s'écroulent, certains consommateurs ont de la difficulté à gagner de quoi manger, mais le système théorique tend inéluctablement vers l'efficacité.

LE CRITÈRE DE PARETO

Il serait très avantageux d'avoir un critère qui nous indiquerait les types de changement qui améliorent l'efficacité dans un régime de marché et qui nous permettrait de distinguer clairement l'imperfection et la réussite du marché. Fort heureusement, nous trouvons un critère de ce genre dans l'oeuvre d'un remarquable économiste italien d'origine française, Vilfredo Pareto.

Pareto a formulé un énoncé qui, à première vue, semble presque un truisme, mais qui s'est révélé un merveilleux outil d'analyse économique⁸. Le critère de Pareto se lit tout simplement comme suit:

Tout changement qui ne présente aucun inconvénient pour personne et attire des avantages à quelques-uns (selon leur propre estimation) doit être considéré comme une amélioration.

Cet énoncé constitue l'essence du concept d'efficacité. Si une entreprise peut augmenter sa production en appliquant une idée nouvelle ou en réaménagement la machinerie existante et si ces opérations améliorent la situation sans nuire à personne, on parlera d'une amélioration au sens de Pareto.

A partir de ce critère, Pareto a mis au point le concept d'optimum de Pareto, qui constitue l'essentiel de l'efficacité maximale*:

On parle d'optimum de Pareto quand il est impossible d'améliorer le sort d'une personne sans nuire à un autre membre de la société.

Une fois que l'économie a atteint un optimum de Pareto, il est impossible de fabriquer un produit en plus grande quantité sans restreindre la production d'un autre bien. L'économie a alors atteint une

* En fait, Pareto ne fait pas allusion au niveau d'efficacité maximale en termes d'optimum, peut-être en raison de la connotation positive de ce mot. Il a plutôt parlé de la maximisation d'un indice d'opphélimité (c'est-à-dire de satisfaction économique), mot dont la racine grecque ophelimos signifie "utile" ou "salutaire". Voir Pareto, Le manuel d'économie politique, pp. 655-656.

efficience maximale, et les seuls changements possibles se limitent à une redistribution d'une part des richesses existantes.

L'un des aspects les plus intéressants de l'optimalité de Pareto est que les entreprises, les consommateurs et l'ensemble du marché ne disposent pas que d'un seul moyen d'atteindre un optimum. Il existe un nombre infini de solutions optimales au sens de Pareto, chacune correspondant à une distribution des richesses. Malheureusement, l'économie peut difficilement discerner la meilleure, et c'est là l'une de ses faiblesses.

Les économistes ont dérivé de ces concepts la notion d'amélioration potentielle au sens de Pareto. Supposons par exemple que la construction d'une route apporte à certaines personnes des avantages économiques suffisants pour indemniser de façon substantielle les personnes désavantagées par cette construction. Supposons aussi qu'après avoir versé des indemnités, les personnes avantagées au départ se trouvent encore dans une meilleure position que si la route n'avait pas été construite. Enfin, assurons-nous aussi que les indemnités soient assez élevées pour que ceux qui se trouvaient perdants voient aussi leur situation s'améliorer. Si les indemnités sont versées, la construction de la route est une amélioration au sens de Pareto puisque certains se trouvent mieux qu'avant et que personne, après indemnisation, ne se trouve moins bien. Il est alors très tentant de dire que l'indemnisation n'est pas nécessaire, et que la construction de la route se justifierait tout de même comme amélioration potentielle au sens de Pareto.

Après de nombreuses études, les économistes s'entendent cependant pour affirmer que les améliorations potentielles au sens de Pareto n'augmentent pas nécessairement le bien-être des individus⁹. Pour qu'il y ait amélioration, il faut que les indemnités soient versées. Ne pas les verser, c'est prendre pour acquis qu'un dollar a la même valeur pour les riches et les pauvres, présomption que les économistes jugent inacceptable. Par conséquent, si des décideurs projettent de faire des changements sans verser d'indemnités raisonnables, même s'il s'agit d'améliorations potentielles au sens de Pareto, ils ne pourront éviter de faire des jugements de valeur.

Deux théorèmes sur l'efficience

Tant Adam Smith, lorsqu'il décrivait la main invisible, que J.M. Keynes, lorsqu'il affirmait, non sans amertume, que l'infamie est utile, partageaient la même conviction: l'équilibre d'un marché concurrentiel est synonyme d'efficience. Cependant, l'allégation voulant que, premièrement, un équilibre concurrentiel corresponde à un optimum de Pareto et, deuxièmement, qu'il soit possible d'atteindre tout optimum de Pareto voulu grâce à un régime de marché concurrentiel n'a été démontrée qu'au cours des années 1940 grâce aux découvertes mathématiques des économistes, découvertes qui, ironie du sort, ont résulté du besoin d'une meilleure planification en temps de guerre¹⁰. Ces preuves d'efficience ont permis aux économistes d'établir avec exactitude les hypothèses de base nécessaires pour vérifier la pertinence de la théorie économique.

Le premier théorème de base affirme que tout équilibre concurrentiel est un optimum de Pareto. En d'autres mots, cela signifie que si les cinq hypothèses mentionnées précédemment sont vérifiées, les revenus moyens des individus atteignent en théorie le plus haut niveau possible. Ce théorème a été utilisé par les tenants des marchés concurrentiels pour appuyer les demandes d'efficience concurrentielle. Cependant, il a aussi été employé par des critiques du régime de marché, qui ont souligné que certaines hypothèses ne se vérifiaient pas alors qu'elles étaient nécessaires à l'atteinte d'un optimum.

Le second théorème de base affirme qu'il est possible d'atteindre tout optimum de Pareto voulu à l'aide d'un régime décentralisé de marché parvenu à un état d'équilibre. Ce théorème reconnaît que de nombreux optimums de Pareto peuvent exister, chacun correspondant à une certaine distribution des richesses. Il suffit de choisir celui qui correspond au résultat souhaité. Les conditions fondamentales pour atteindre ce résultat à l'aide des mécanismes de la concurrence sont les suivantes: le monde doit être convexe (puisque le modèle concurrentiel n'atteint un équilibre que dans ce cas) et le choix de la répartition initiale des revenus doit être satisfaisant. Ce théorème a servi d'appui à l'économie de marché socialiste puisqu'il implique que l'État peut choisir les objectifs économiques et utiliser ensuite un régime décentralisé de marché pour les atteindre.

Ces deux théorèmes sont parfois résumés comme suit:

- (1) Tout équilibre concurrentiel est un optimum de Pareto.
- (2) Tout optimum de Pareto est un équilibre concurrentiel.

Ces théorèmes sont utiles en ceci qu'ils soulignent que l'imperfection du marché est inévitable si les cinq hypothèses fondamentale ne sont pas vérifiées. Par conséquent, advenant une telle situation dans la réalité, nous disposons d'une théorie qui nous en indique les causes.

L'IMPERFECTION DU MARCHÉ

Si, l'une des hypothèses fondamentales ne se vérifiant pas, il est impossible d'atteindre un équilibre concurrentiel et un optimum de Pareto, le marché se trouve en état d'imperfection. Il ne faut toutefois pas oublier que ces hypothèses font partie d'un modèle concurrentiel purement théorique qui constitue un cas limite. Comme nous l'avons fait remarquer au chapitre précédent, le modèle théorique nous fournit une norme en fonction de laquelle nous pouvons analyser les déviations. Il est ensuite possible de classer les raisons de l'imperfection du marché et de formuler des recommandations susceptibles d'améliorer le régime.

Souvent, les économistes ont une tendance marquée à recommander le marché concurrentiel comme solution. Cette prédilection provient sans doute en grande partie de leur formation, qui met l'accent sur l'efficacité des marchés concurrentiels. Mais elle est aussi due, dans une certaine mesure, au fait que l'on emploie le modèle de la concurrence parfaite comme une norme en fonction de laquelle on évalue les déviations réelles. Cependant, ce parti pris pour la concurrence n'est pas nécessairement mauvais, surtout si l'on pense à la croissance phénoménale qu'a connue la bureaucratie gouvernementale ces dernières années. Cette croissance se produit souvent au détriment du marché, et l'on continue souvent de cheminer dans cette voie sans avoir beaucoup songé aux solutions que l'on pourrait trouver en faisant jouer les règles du marché. Néanmoins, il n'y a en économie aucun principe prépondérant qui

veuille qu'un pas vers la concurrence parfaite soit un pas vers l'efficience. Il faut juger chacun des cas en toute objectivité, en se traçant un chemin entre le Scylla d'un modèle concurrentiel irréaliste et le Charybde d'une intervention gouvernementale inefficace.

THÉORIE GÉNÉRALE DE LA SOLUTION DU SECOND RANG

Un des écueils que doit éviter l'économiste qui recommande à l'État d'intervenir (ou de ne pas intervenir) en se fondant sur le modèle de la concurrence et la théorie générale de la solution du second rang qui produit de toute évidence des résultats dévastateurs.

Cette théorie pose au départ un modèle théorique dont on écarte délibérément l'une des conditions nécessaires à l'atteinte de l'optimalité de Pareto. La condition que l'on décide d'éliminer n'a aucune importance. Ensuite, on se demande si en satisfaisant à toutes les autres conditions, on obtiendrait une solution qui viendrait au deuxième rang, juste en dessous de la solution optimale. La réponse est non¹¹.

Voilà qui ébranle sérieusement le principe selon lequel, pour régler un problème dans un secteur de l'économie, il convient de tenter de satisfaire au plus grand nombre possible de conditions de la concurrence parfaite pour rapprocher le régime de l'optimum théorique. Mais prenons un exemple pour comprendre les failles de cette théorie de la solution du second rang. Un naufragé perdu sur une île sangliers, des chèvres et des magnifiques arbres fruitiers. Cette île se trouve à deux kilomètres, mais le naufragé ne peut nager que sur une distance d'un kilomètre. De toute évidence, l'impossibilité où il se trouve de satisfaire à l'une des conditions lui enlève toute chance de trouver son salut de ce côté. Au lieu de se diriger vers la solution optimale et de se trouver incapable de l'atteindre, il devrait plutôt adopter la solution du second rang, qui pourrait consister à aller dans la direction opposée.

Certaines économistes ont été en mesure de démontrer que même si en général cette argumentation est vraie, il demeure que dans des cas particuliers, la solution du second rang consiste vraiment à satisfaire au plus grand nombre possible de conditions d'optimalité. Il faut cependant que le secteur réduit dans lequel le décideur cherche à créer des conditions d'optimalité soit bien séparé du reste de l'économie, de sorte que la plupart des effets de la nouvelle politique se restreignent à ce secteur.

On peut déduire de tout cela que l'économie n'offre aucune recette miracle pour résoudre les problèmes complexes et qu'en définitive, il appartient au décideur de voir dans quelle mesure un modèle économique peut servir de norme à l'intervention gouvernementale.

CHAPITRE 4 - LE COMPORTEMENT DU CONSOMMATEUR

LE MÉNAGE

Il existe sur le comportement du consommateur de nombreuses théories. Chacune est utilisée dans un contexte particulier et reflète la discipline - psychiatrie, sociologie, marketing, économique - qui s'en sert le plus fréquemment. Nous recourrons quant à nous à celle qui met l'accent sur le rôle du ménage. Elle est en effet très fructueuse, comme nous le verrons particulièrement aux chapitres 7 et 8, au moment d'examiner comment le ménage se sert de l'information pour décider de ses achats.

Selon cette théorie, le consommateur appartient à un ménage qui achète des produits sur le marché et les paie avec du temps et de l'argent. Le ménage est une unité de production au même titre qu'une usine.

Une entreprise de fabrication d'automobiles, par exemple, possède en partant un capital qu'elle investit dans de la machinerie, du matériel et des locaux. Elle achète ensuite des matériaux - acier, moteurs, routes, etc. - et de la main-d'oeuvre, qu'elle se procure sur le marché du travail. Pour fabriquer un produit fini, une automobile, elle combine capital, matériaux et temps de main-d'oeuvre. On considère que le ménage fonctionne de la même façon, sauf qu'il achète des produits de consommation courante plutôt que des matériaux et que le consommateur utilise son propre temps au lieu d'engager des ouvriers. Le capital du ménage est constitué de biens réels (automobile, outils, maison), mais une dimension nouvelle et plus importante s'y ajoute: le capital humain. Ce capital humain est le produit des investissements déjà faits par le consommateur sous forme de temps et d'argent dans son éducation, dans l'acquisition de ses connaissances et dans ses expériences personnelles, plutôt que dans l'achat de biens réels*.

*Dans un article écrit en 1912, "The Backward Art of Spending Money", Wesley C. Mitchell exposait déjà cette conception. Néanmoins, le concept d'unité de production domestique connaît un regain de popularité en économique. Voir par exemple George J. Stigler et Gary S. Becker, "De Gustibus Non Est Disputandum" et Kelvin J. Lancaster, "A New Approach to Consumer Theory".

Pour produire un bien, l'unité de production domestique met à contribution des produits de consommation, son propre temps et son capital humain. Il faut ici bien distinguer les produits et les biens*. Les produits sont les denrées et services courants que l'on se procure sur le marché: lave-vaisselle, détergents, meubles, livres, automobiles, vêtements, etc. Les biens sont de nature plus abstraite: ce sont le transport, l'alimentation, la santé, les loisirs, et la sécurité, dont le consommateur tire satisfaction. Les produits de consommation ne sont pas considérés intrinsèquement comme des objets de satisfaction, mais seulement comme des denrées intermédiaires servant à produire des biens**.

Le consommateur a au départ un ensemble déterminé de goûts ou de préférences. Il agit en personne avertie, cherchant toujours à maximiser son bien-être en dépensant avec circonspection son revenu limité pour acquérir les denrées et services qui lui sont offerts sur le marché. Pour identifier un consommateur averti, on établit s'il peut améliorer son bien-être en répartissant autrement les dépenses qu'il y consacre. Si la réponse est négative, il a atteint son niveau maximum de bien-être, ou, en jargon économique, il a atteint l'utilité maximale qui correspond à son degré de prospérité matérielle.

Les principales variables qui influent sur les achats d'un ménage sont (1) le prix du produit acheté, (2) le prix des autres produits, (3) la quantité d'autres produits achetés, (4) le revenu du ménage, (5) la quantité de temps et de capital dont le ménage a besoin pour acheter, utiliser et entretenir le produit et (6) les préférences du ménage. L'économiste n'a pas à se limiter à ces variables; il peut en ajouter si elles lui semblent susceptibles d'aider à expliquer le comportement du consommateur. Mais les six variables que nous avons énumérées forment la base à partir de laquelle on peut analyser ce comportement. Elles sont mesurables et représentent les forces premières qui modifient de façon prévisible les quantités de produits demandées.

* "Products and Commodities" (n. de la t.)

**On doit cette distinction entre "biens" (commodities) et "denrées" (goods) à K. J. Lancaster, qui l'a exposée dans "A New Approach to Consumer Theory".

La dernière variable - celle des préférences - est assez particulière. On dit que les préférences du consommateur changent quand la demande d'un produit varie sans que l'on puisse attribuer clairement ce phénomène à l'influence des autres variables. Bien qu'il soit possible d'ajouter des variables individuelles qui déterminent les préférences (âge, occupation, achats antérieurs, état civil), les économistes ont souvent du mal à les manipuler. Ils cherchent plutôt à expliquer comment ces variables influent sur les préférences du ménage en recourant à la théorie économique.

Illustrons à l'aide d'un cas comment les changements de préférences peuvent être formulés à partir de la théorie économique standard. Supposons qu'une femme quitte son emploi d'institutrice pour un emploi de camionneuse. Ses heures de travail sont désormais plus longues, et son revenu plus élevé. Ses habitudes de consommation changent: elle achète moins à l'épicerie et mange plus souvent au restaurant. Ses préférences ont-elles changé? Oui, mais ce changement s'explique si l'on considère le ménage comme une unité de production. Le temps dont dispose cette femme après son travail est plus rare et plus précieux qu'auparavant. En se fondant sur la loi de la demande, on peut prédire qu'en organisant dans son ménage la production de biens, elle cherchera à conserver la ressource qui est devenue la plus rare - le temps - en la remplaçant par celle qui est devenue la plus abondante - l'argent. Désormais, le ménage trouvera plus rationnel de produire ce bien qu'est l'alimentation à partir d'un dosage différent de temps, d'argent et de produits du marché. Les changements de préférences se trouvent ainsi redéfinis et expliqués à partir des variables économiques standard que sont les prix et les revenus.

LE COUT ENTIER*

Notre théorie sur le comportement du consommateur met en évidence un certain nombre de coûts autres que le prix du marché. Le prix d'un bien ne se réduit plus au prix d'achat du produit, mais englobe le temps passé à faire des courses, à apprendre comment se servir du produit et à l'entretenir, de même que tous les autres frais occasionnés par le produit pendant toute sa durée utile. Quand il s'agit de produits

* "Full cost" (n. de la t.)

hasardeux, les frais qu'engendre une blessure et le temps qu'exigent les démarches nécessaires pour obtenir une réparation garantie deviennent aussi des dépenses importantes. Nous désignerons sous le nom de "coût entire à la consommation" la somme des frais occasionnés au consommateur par un produit pendant sa durée utile. Il faut noter que le coût entire est un coût privé. Si l'on y ajoute les coûts sociaux qui ne retombent ni sur le consommateur, ni sur le producteur, on obtient le coût entier social. Cependant, quand nous parlerons de "coût entier", il s'agira du coût privé.

Le prix du produit

Nous diviserons le coût entier en quatre composantes pour mettre en évidence les rôles distincts que jouent les consommateurs, les producteurs et le risque. La première de ces composantes est le prix du produit. Celui-ci comprend tous les coûts de production, y compris ceux qu'occasionnent l'addition ou l'intégration de qualités ou de dispositifs de sécurité, le contrôle de la qualité, l'étiquetage et l'emballage, le paiement des primes d'assurance, RC produits et les garanties. Il inclut les coûts de prévention, c'est-à-dire tous les frais affectés par le producteur ou le vendeur à la prévention des défauts ou des accidents.

Les coûts de production du ménage

La deuxième composante du coût entier est la valeur du temps et de l'argent du ménage. Il existe diverses techniques pour évaluer en dollars le temps d'un ménage. L'important est de tenir explicitement compte de ce temps. Le ménage investit du temps dans la recherche du meilleur rapport qualité/prix avant d'acheter, dans l'utilisation et l'entretien du produit et dans la création de capital humain pour augmenter sa propre efficacité. En plus, il dépense de l'argent pour les réparations, l'entretien et le transport. Enfin, le ménage achète des assurances pour se protéger contre certains types de pertes. Comme tous ces coûts entrent dans la production des biens finaux que le ménage consomme, nous leur donnerons le nom de "coûts de production du ménage".

Les pertes

La troisième composante du coût entier est la perte économique nette qui résulte de l'utilisation du produit une fois reçues les indemnités d'assurance ou de garantie. Si le consommateur pouvait acheter une assurance qui le protégerait contre toutes les pertes possibles, le coût de cette police entrerait dans les coûts de production du ménage et les pertes seraient toujours nulles. Le consommateur défraierait d'avance la valeur prévue des pertes. Le coût entier privé ne comporte que les pertes qui retombent directement sur le consommateur. Celles qui retombent ailleurs sont ajoutées au coût privé, et cette addition donne le coût entier social.

La principale caractéristique qui distingue les pertes des autres coûts du ménage est qu'elles sont irrégulières et imprévisibles. Si l'on pouvait prévoir avec précision la durée utile et le rendement de chaque produit, il n'y aurait ni risque, ni perte. Les consommateurs seraient en mesure de prévoir parfaitement les coûts et l'utilité de chaque produit et ne choisiraient que les combinaisons optimales. Ce sont les coûts réguliers et prévisibles que nous appelons "coûts de production du ménage", alors que ceux qui fluctuent de manière irrégulière et imprévisible sont rangés dans la catégorie des pertes.

Le risque

La quatrième composante du coût entier est la valeur monétaire que le consommateur accorde au fait d'avoir à faire face à un risque de perte. Même s'il peut sembler impossible d'évaluer ce risque autrement que par un jugement subjectif, il existe en fait plusieurs façons de le mesurer.

Nous définirons le facteur risque comme une fonction de la variabilité des pertes. Combinée à la valeur prévue des pertes (L), cette façon d'étudier le risque est connue sous le nom de "méthode de la moyenne-variance"; elle a été largement appliquée, permet des quantifications et s'explique assez facilement. D'un point de vue théorique cependant, elle ne permet pas d'étudier une gamme aussi étendue de comportements que ne l'exigerait une analyse plus raffinée¹. La moyenne est la valeur moyenne des pertes que l'on s'attend de voir occasionnées par un produit pendant sa durée utile. Elle porte aussi le

nom de valeur prévue*. La variance est une façon de mesurer l'écart entre les expériences individuelles des consommateurs et la valeur prévue. Par exemple, deux produits peuvent entraîner une perte moyenne de 100 dollars par consommateur, mais le produit de marque A peut être défectueux 50 p. cent du temps et exiger des réparations de 200 dollars, tandis que le produit de marque B peut être défectueux 1 p. cent du temps et nécessiter des réparations de 10 000 dollars.

La variance se calcule à l'aide de la formule suivante**:

where σ^2 = la variance

\bar{L} = la valeur réelle de la perte causée par l'i-ième unité de produit

L = la valeur prévue des pertes

p = la proportion d'unités causant la perte x

n = le nombre d'unités achetées

Dans notre exemple, la variance des produits A et B s'exprime comme suit:

$$\sigma_A^2 = [(200-100)^2 \times (.50)] + [(0-100)^2 \times (.50)] = 10\ 000$$

$$\sigma_B^2 = [(10\ 000-100)^2 \times (.01)] + [(0-100)^2 \times (.99)] = 990\ 000$$

Selon la méthode de la moyenne-variance, le produit B présente beaucoup plus de risques que le produit A. Ce résultat est conforme au bon sens: les dommages matériels de 200 dollars du produit A sont réguliers et

* "Expected value" (n. de la t.)

**On exprime par un binôme la répartition probable des pertes correspondant à l'achat de unités d'un produit quand chaque unité présente un risque distinct de défektivité égal à p et que les pertes totales fixes sont de L . La moyenne est égale à $n p L$ et la variance, à $n p L (1-p)$.
Lorsque n est élevé, cette répartition peut s'exprimer par la répartition de Poisson, la moyenne étant égale à $n p L$ et la variance, à $n p L$.

Voir John E. Freund, Mathematical Statistics, ch. 3,5; et R.E. Beard, T. Pentikainen et E. Pesonen, Risk Theory, pp. 10-11.

peuvent presque être considérés comme une dépense ordinaire d'utilisation. Le produit B, par contre, même s'il est rarement défectueux, présente des risques assez considérables (10 000 dollars de dommages). En effet, si un consommateur achète en même temps dix unités de A ou de B, les pertes causées par A seront réparties assez équitablement parmi la population de consommateurs tandis que dans le cas de B, le consommateur malchanceux perdra énormément par rapport aux autres.

On peut encore décomposer l'estimation du risque en deux étapes, la probabilité de défectuosité et la probabilité de perte. Le risque de défectuosité lié à tout achat dépend de la conception et du contrôle de la qualité du produit - facteurs relevant du producteur - ainsi que du mode et de l'intensité d'utilisation - facteurs relevant du consommateur. Si un défaut se manifeste, la probabilité d'une perte de quelque importance dépend aussi de ces facteurs. Il est peut-être possible d'opérer un échange entre les facteurs réduisant l'ampleur d'une perte et ceux qui en réduisent la probabilité. Ainsi, on dit que les petites voitures légères, grâce à leur maniabilité, risquent moins d'accidents que les grosses, mais que le cas échéant, le risque de blessure et de mort est beaucoup plus élevé. Le calcul du changement net du risque ne peut s'obtenir qu'en combinant le risque de défectuosité et le risque de perte.

L'ÉQUATION DU COÛT ENTIER

On peut combiner les quatre éléments du coût entier pour obtenir l'équation du coût entier qui s'exprime comme suit:

$$F = P + H + L + R$$

F = le coût entier d'un produit

P = le prix du produit, y compris les primes d'assurance RC produits

H = Les coûts de production du ménage, y compris les primes d'assurance-accidents versées pendant la durée utile du produit

L = la valeur prévue des pertes moins les indemnités d'assurance

R = la valeur monétaire du risque mesurée comme une fonction de la valeur prévue et de la variance des pertes

Comme on le voit, le prix d'un produit n'est que l'un des facteurs qui déterminent le coût entier, et ce n'est peut-être pas le plus important. La qualité du produit se mesure purement en fonction du risque et des pertes². Lorsque deux produits ont un rendement différent, il faudrait ajuster le prix ou les coûts de production du ménage de façon qu'ils reflètent les coûts nécessaires pour compenser cet écart de rendement.

On obtient le coût entier prévu pour le consommateur moyen en additionnant les quatre composantes du coût entier pour l'ensemble des consommateurs, puis en faisant la moyenne pour obtenir la proportion correspondant à chaque individu. Le coût entier est donc une estimation ex ante (avant l'achat). Les coûts réels qu'aura à assumer chaque individu pendant la durée utile du produit (ex post) varieront sans aucun doute selon sa chance. Toutefois, le consommateur averti fonde son choix sur le coût entier ex ante puisque celui-ci est considéré comme une assez bonne évaluation des coûts ex post.

Au cas où le lecteur s'interrogerait sur nos intentions, il serait peut-être utile de préciser ici comment nous entendons nous servir de cette équation. L'affirmation selon laquelle le consommateur averti fonde son choix sur le coût entier constitue une règle conditionnelle et ne rend pas compte de la réalité. Toutefois, nous l'utiliserons comme une norme à laquelle les consommateurs se fonderaient en prenant leurs décisions si le marché réel correspondait au modèle. Nous classerons les différences entre le modèle et le marché réel dans la catégorie des causes d'imperfection du marché et nous relierons ces causes à la non-vérification des hypothèses du modèle théorique.

L'AVERSION POUR LE RISQUE

Dans notre analyse, nous prenons pour acquis que les consommateurs ont le risque en aversion et qu'ils sont toujours prêts à payer une somme additionnelle pour réduire le risque attaché au produit qu'ils achètent. Cette hypothèse s'appuie sur deux raisons.

D'abord, pour qu'un modèle économique parfaitement concurrentiel atteigne un équilibre optimal au sens de Pareto, les conditions techniques qui doivent être en place supposent que les consommateurs ont le risque en aversion³. Ensuite, l'aversion pour le risque existe bel et bien dans la réalité. De toute évidence, le consommateur moyen préfère, pour un prix donné, acquérir un produit qui se brise assez rarement et cause peu de dommages quand il est défectueux plutôt qu'un produit qui cause plus fréquemment des dommages plus élevés.

Cependant, même si le consommateur que le risque rebut est prêt à payer un supplément pour obtenir un produit moins hasardeux, cela ne veut pas dire qu'il préférera toujours les produits de meilleure qualité aux produits de qualité moindre. Si le prix est trop élevé, le consommateur accroîtra son bien-être en achetant le moins coûteux des deux produits, même s'il présente plus de risques. En dernier ressort, il choisira le produit dont le coût entier est le moins élevé.

L'équation du coût entier reflète le fait que le consommateur agit comme si le risque lui imposait un coût en sus de deux qu'il assume déjà. S'il a le choix entre deux produits qui ne présentent pas les mêmes risques mais sont par ailleurs identiques, c'est le produit le plus hasardeux qui aura le coût entier le plus élevé.

Considérer le risque de cette façon implique que l'on ne peut calculer la valeur d'une blessure en prenant le temps et le revenu perdus à ne pas travailler et en y ajoutant les soins médicaux. Il faut prendre en compte un facteur additionnel, celui du risque auquel le consommateur est exposé⁴: il s'agit de notre facteur de risque B.

Les amateurs de risque

Il arrive que la même personne semble avoir deux attitudes contradictoires à l'égard du risque. Supposons qu'un consommateur aime faire de l'escalade et soit disposé à dépenser de l'argent pour avoir le plaisir de risquer sa vie sur la haute paroi abrupte d'une montagne granitique. Pourtant, quand il va acheter un ouvre-boîte, il déteste courir le risque d'en choisir un qui ne fonctionnera pas bien. Ce

comportement apparemment illogique est pourtant absolument rationnel du point de vue de la production du ménage.

Voyons d'abord le risque que comporte l'escalade. Notre consommateur intrépide constate qu'ayant investi une certaine somme en échange des services d'un instructeur professionnel, il peut transformer avec un coefficient d'efficacité raisonnable le produit, l'escalade, en bien, le plaisir. Le degré de risque auquel l'expose la pratique de ce sport contribue au plaisir qu'il en retire, mais il ne faut pas en déduire inconsidérément qu'il préfère un plus grand risque à un risque moindre. Ainsi, le fervent de ce sport cherche à réduire autant que possible les risques de chute en exécutant chaque mouvement avec précision. S'il y a une façon sûre et une façon dangereuse de passer d'une corniche à une autre, il préfère employer la méthode sûre. On peut donc affirmer que même le fervent de l'escalade désire déduire autant que possible le risque associé à un niveau donné de plaisir.

On ne peut pas dire, cependant, qu'on achète un ouvre-boîte pour les émotions qu'on peut en tirer. L'ouvre-boîte fiat partie du capital d'exploitation que le ménage utilise, parallèlement avec des conserves et son propre temps de main-d'oeuvre, pour produire des repas. L'ouvre-boîte qui fonctionne au petit bonheur réduit la productivité du ménage et, par conséquent, son bien-être. Quand il s'agit de produits d'usage courant, il ne fait guère de doute que le consommateur préfère éviter les risques.

L'UTILITÉ MARGINALE DÉCROISSANTE DE L'ARGENT

Si les consommateurs détestent le risque, c'est que leur argent a une utilité marginale décroissante. Pour le consommateur qui a 100 dollars en poche, la perte de cette somme a plus d'importance que le gain d'une deuxième somme équivalente. Nous pouvons illustrer cette réalité en recourant aux jeux de hasard. Supposons que si une pièce de monnaie tombe côté face, un joueur gagne 100 dollars alors que si elle tombe côté pile, il ne gagne rien. L'enjeu réel est donc de 50 dollars. Cela signifie que si une maison de jeux laissait ses clients parier en échange d'un prix d'entrée de 50 dollars, à long terme, elle ne ferait aucun profit et ne subirait aucune perte. Si le

consommateur était indifférent à l'égard du risque, il lui serait égal d'avoir un gain ou de perdre 100 dollars ou d'y parier. Mais le consommateur qui n'aime pas le risque accorde plus d'importance à la perte possible d'une somme de 100 dollars qu'au gain possible d'une somme équivalente. Il ne tiendrait une maison de jeux et ne risquerait de perdre 100 dollars que s'il pouvait imposer un prix d'entrée supérieur à 50 dollars. Quant au plaisir qu'il retirerait en pariant, il ne lui paraît pas valoir 50 dollars. Le gain possible de 100 dollars vaut donc moins à ses yeux que la perte possible de 100 dollars⁵.

On peut aussi se demander si, l'utilité marginale de l'argent étant décroissante, les consommateurs fortunés détestent moins le risque que les pauvres⁶. Si l'on prend pour acquis qu'une perte de X dollars est aussi pénible pour une riche que pour un pauvre, alors l'aversion pour le risque est constante. Mais si, du fait d'une perte de X dollars, un consommateur subit une désutilité moindre qu'un autre consommateur moins fortuné, l'aversion pour le risque est décroissante. Poser que les consommateurs détestent le risque n'implique en rien qu'il rebute plus les pauvres que les riches. Il s'agit là d'une question distincte qui demanderait une hypothèse supplémentaire. Si nous voulons recommander des politiques en nous fondant sur une supposition selon laquelle les riches détestent moins le risque que les pauvres (ou sont moins atteints par un niveau donné de risque), il faut formuler explicitement des hypothèses sur cette supposition.

LA SUBSTITUTION

L'homme de loi parle d'échappatoire, l'économiste, de substitution. Pour tous deux, il s'agit d'une seule et même chose: la réaction créatrice provoquée par une situation nouvelle. Lorsque le prix du café augmente, les consommateurs réagissent de diverses façons: ils achètent de plus petites voitures ou prennent davantage l'autobus. Une famille peut décider de raccourcir son itinéraire de vacances ou renoncer à acheter une seconde voiture. Il nous semble parfois que certaines personnes ne réagissent pas et gardent exactement les mêmes habitudes qu'avant l'augmentation du prix. Cela est

cependant trompeur puisque, ayant moins d'argent à consacrer à d'autres dépenses, elles devront, elles aussi, opérer une forme quelconque de substitution.

Souvent, une intervention gouvernementale ne parvient à corriger l'imperfection du marché que dans la mesure où les consommateurs ou les producteurs peuvent opérer une substitution. Si l'État tente d'améliorer la qualité de l'information dont disposent les consommateurs, il n'atteindra son but que si les consommateurs peuvent substituer de l'information avant l'achat aux coûts de production du ménage, aux pertes et au risque. Les nouvelles lois qui renforcent les garanties permettent au consommateur de substituer le coût initial d'une garantie aux coûts des réparations et aux pertes qu'il subissait auparavant. L'assurance RC produits peut encourager les entreprises à améliorer la sûreté de leurs produits pour avoir à verser des primes moins élevées. De même, les entreprises sont souvent accusées de préférer encourir le risque - assez faible - de se voir imposer une amende par un tribunal au lieu de consacrer de l'argent à améliorer le rendement et la sûreté de leurs produits.

Il faudrait tenir compte de la substitution chaque fois que l'on évalue l'effet d'une nouvelle loi sur la protection du consommateur. Malheureusement, la plupart des analyses négligent complètement cet aspect du comportement.

Supposons qu'on modifie les lois de façon que le fabricant ait la responsabilité entière des dommages causés par ses produits défectueux sans qu'on soit tenu de prouver sa négligence. Cette forme de responsabilité, la responsabilité sans faute du fabricant, existe aux États-Unis et en France, mais non au Canada. Supposons que les indemnités versées par un fabricant donné en vertu de cette forme de responsabilité équivalent à une augmentation de 10 p. cent de son prix de revient. Plutôt que d'accepter de subir cette augmentation de 10 p. cent, le fabricant peut décider de modifier son produit afin de réduire le risque de défectuosité. S'il modifie son produit, il peut voir son chiffre de ventes augmenter ou son prix de revient diminuer. Cette possibilité de substitution signifie que l'augmentation initiale de 10 p. cent subie par le prix de revient en raison de l'application de la loi sur la responsabilité sans faute du fabricant ne constitue qu'un point de départ, un plafond. La plupart des lois sur la protection du consommateur offrent les mêmes possibilités de substitution, ce qui diminue considérablement leur influence finale sur les prix à la consommation.

Les consommateurs peuvent aussi opérer une substitution de manière que les lois sur la sécurité n'influent pas trop sur le budget du ménage. Cela produit quelquefois des résultats inattendus et non désirés.

Un économiste a étudié la loi américaine qui rendait obligatoire l'addition de certains dispositifs de sécurité aux automobiles, tels les ceintures de sécurité et les tableaux de born coussinés. Cet économiste était en effet convaincu que la loi avait poussé les consommateurs à conduire plus dangereusement parce qu'ils se sentaient plus en sécurité et qu'en définitive, les accidents avaient augmenté. Cette étude est presque devenue un classique, et on la cite très souvent pour prouver l'inefficacité des lois sur la protection du consommateur. De plus, elle est centrée sur deux concepts qui ont pour nous une importance fondamentale, à savoir la substitution et le risque. Il serait donc très profitable de l'examiner de plus près.*

ÉTUDE SUR LES DISPOSITIFS DE SÉCURITÉ DES AUTOMOBILES

De 1947 à 1960, aux États-Unis, le taux de mortalité sur les routes (nombre de décès par véhicule-mille) a baissé de 3.5 p. cent par année. La tendance s'est ensuite inversée, et le taux de mortalité a augmenté cinq années de suite d'environ 1 p. cent par année. En réaction contre cette tendance et suite aux pressions exercées par des personnes comme Ralph Nader, le Congrès américain a adopté, en 1966, la National Traffic and Motor Vehicle Safety Act, qui obligeait les fabricants à installer des ceintures de

*Il faut aussi noter que l'analyse économique contenue dans cette étude sur la sécurité automobile est identique à celle sur laquelle s'appuie une philosophie conservatrice qui, en économie politique, est en principe opposée à l'intervention gouvernementale sur le marché. Cette philosophie, que l'on a baptisée philosophie de l'École d'économie de Chicago, en raison de son étroite filiation avec l'Université de Chicago, est très souvent présente dans les études économiques sur la responsabilité du fait des produits parce qu'une grande partie des travaux juridiques et économiques sur cette question ont été faits par des membres de l'Université de Chicago.

sécurité, des colonnes de direction télescopiques et plusieurs autres dispositifs de sécurité dans les automobiles. De 1966 à 1972, le taux de mortalité a diminué de plus de 3.5 p. cent en moyenne par année. Peut-on attribuer cette diminution à la loi de 1966, ou se serait-elle produite même sans elle?

Le professeur Sam Peltzman de l'Université de Chicago s'est penché sur cette question⁷ et en est arrivé à la conclusion que l'application de ces règlements n'avait rien eu à voir, ou très peu, avec cette nouvelle diminution du taux de mortalité. A son avis, ce n'est pas que les dispositifs de sécurité obligatoires n'ont pas donné les résultats voulus. Au contraire, leur grande efficacité a créée des forces qui, en réalité, ont compromis leur possibilité de sauver des vies⁸. Suivons le raisonnement de Peltzman.

La première série de normes de sécurité prévues par les règlements de la loi est entrée en vigueur en 1968, même si des fabricants avaient commencé à munir les automobiles de certains dispositifs en 1966, en prévision de l'adoption des règlements. En vertu de ces normes, chaque nouvelle voiture devait être dotée des cinq dispositifs de sécurité suivants:

1. ceintures de sécurité pour tous les occupants
2. colonne de direction télescopique
3. pare-brise conçu de façon à résister aux chocs causés par la tête des occupants
4. double circuit de freinage
5. tableau de born coussiné

Les ouvrages publiés à l'époque sur la sécurité automobile laissaient entendre que ces dispositifs devaient entraîner une réduction du taux de mortalité (somme des décès des occupants des automobiles et des piétons) de l'ordre de 7.5 à 20 p. cent, le consensus se faisant autour du pourcentage le plus élevé.

Peltzman se demande d'abord quel aurait été ce taux sans l'adoption de la loi. S'il peut prouver qu'il aurait été le même, il est évident que la loi n'a pas eu l'effet considérable qu'on lui a largement attribué. On peut donc dire que l'État, en s'ingérant dans le secteur privé par l'adoption d'une loi qui rendait obligatoire l'installation de certains dispositifs de sécurité, dans les automobiles, a contribué à faire augmenter de façon considérable les coûts de production sans qu'il en résulte des

conséquences bénéfiques. Malgré ses intentions louables, l'État n'a réussi qu'à diminuer le revenu réel des consommateurs en causant une augmentation des prix des automobiles. Peltzman fait une étude statistique à partir de six variables choisies et découvre qu'on peut, à l'aide de ces variables, prévoir quel aurait été le taux de mortalité sans la loi sur la sécurité. Selon lui, le taux de mortalité aurait été aussi bas ou plus bas, comme le montre le tableau 1.

TABLEAU 1 - Taux de mortalité réels et projetés

Année	TAUX RÉELS (décès par million de véhicules-milles)	TAUX PROJETÉS (décès par million de véhicules-milles)
1965	5.8	5.9
1966	6.0	5.9
1967	5.8	5.8
1968	5.8	5.7
1969	5.7	5.8
1970	5.4	5.3
1971	5.1	5.1
1972	5.1	4.8

Source: Sam Peltzman, Regulation of Automobile Safety,
p. 46.

Le taux projeté et le taux réel diffèrent de moins de 2 p. cent, sauf pour l'année 1972 où le taux réel est légèrement plus élevé. De 1965 à 1972, les taux de mortalité vont décroissant. Les partisans de la loi sur la sécurité ont souligné que de 1960 à 1965, les taux de mortalité avaient connu une hausse abrupte, et que peu après l'adoption de la nouvelle loi, ils avaient décliné. Or Peltzman a établi que la hausse de 1960 à 1965 était largement attribuable à une augmentation des jeunes conducteurs qui, comme on le sait, ont un taux élevé d'accidents. La grande responsable est donc l'explosion démographique consécutive à la Seconde Guerre mondiale, qui s'est traduite, de 15 à 20 ans plus tard, par l'arrivée d'un grand nombre de jeunes conducteurs. Peltzman conclut donc que les règlements sur la sécurité n'ont eu aucune influence sur le taux de mortalité.

Pourquoi? C'est ce qu'il se demand ensuite. mais pour voir où pêche la théorie des spécialiste de la sécurité routière, nous devons recourir aux concepts de substitution et de risque.

Les théoriciens adoptent comme postulat que le consommateur aspire à la fois à être en bonne santé et à se déplacer. Il utilise son automobile et son temps pour aller du point A au point B. Le gouvernement, lorsqu'il l'a obligé à acheter de l'équipement de sécurité, ne pouvait pas lui dicter la façon d'utiliser son temps et son véhicule pour atteindre son idéal final de santé (sécurité) et de mobilité. Malheureusement, dans leurs prédictions, les spécialistes de la sécurité routière n'ont pas tenu compte du phénomène de substitution et ont cru que les gens conduiraient comme ils l'avaient toujours fait, ce qui ferait baisser le taux de mortalité et augmenter l'indice de santé des automobilistes. Les consommateurs, toutefois, aspirent à d'autres choses qu'à la sécurité, et il semble que ces autres aspirations aient déjoué les intentions et les prédictions des spécialistes de la sécurité.

Si les dispositifs de sécurité obligatoires n'ont pas entraîné de réduction sensible du taux de mortalité, c'est que les consommateurs ont substitué à la sécurité accure une conduite plus dangereuse, de façon à réduire leur temps de déplacement*. Même si les dispositifs de sécurité comme les ceintures ont été offerts sur le marché plusieurs années avant de devenir obligatoires, peu de consommateurs en ont acheté. Par contre, ils achetaient des voitures plus grosse et plus puissantes, ce qui dénotait un désir de vitesse. Peltzman estime que, forcés à acheter des dispositifs de sécurité, les consommateurs ont profité de la marge de sécurité accure que ces dispositifs leur offraient pour diminuer leur temps de déplacement en prenant plus de risques au volant. Ils ont substitué la conduite dangereuse à la sécurité jusqu'à ce qu'ils atteignent le degré de santé (taux de mortalité) qu'ils auraient atteint si les dispositifs de sécurité n'avaient pas

*Pour des raisons pédagogiques, nous avons complété l'argumentation de Peltzman sur ce point. Peltzman n'affirme pas clairement que les gens prennent plus de risques au volant pour réduire leur temps de déplacement. En fait, il n'explique pas du tout pourquoi ils prennent plus de risques, ce qui est une des faiblesses de son étude. Nous y reviendrons plus tard.

été obligatoire, choisissant ainsi de réduire leur temps de déplacement plutôt que d'augmenter leur sécurité.

Les données recueillies par Peltzman montrent que:

- (1) le taux de mortalité des conducteurs et de leurs passagers a été sensiblement moins élevé que le taux prévu, ce qui indique que les dispositifs de sécurité ont été utiles;
- (2) le nombre d'accidents a augmenté jusqu'à dépasser d'au moins 25 p. cent le nombre prévu, ce qui indique que les conducteurs prenaient plus de risques au volant. Peltzman estime qu'il y a eu près de quatre millions d'accidents supplémentaires entraînant des dommages matériels;
- (3) le taux de mortalité des piétons a été sensiblement plus élevé que prévu.

Voyons maintenant ce que Peltzman conclut:

"Quelle que soit la façon dont on les interprète, les conclusions de notre étude contrastent fortement avec le but évident des réglemements sur la sécurité. Lorsque le Congrès adopta la loi sur la sécurité en 1966, il ne visait sûrement pas à favoriser les accidents ou tout simplement à consolider les forces du marché. Il cherchait plutôt à réduire les taux de mortalité. Mais naïvement convaincu des répercussions bénéfiques de la réglementation, il n'a pas vu les pièges qu'elle contenait⁹."

"On peut tirer de la présente étude des leçons qui s'appliqueraient non seulement à la réglementation sur la construction des véhicules, mais aussi au champ plus vaste de la réglementation sur la sécurité routière. Jusqu'à ce que le Congrès abroge, en 4, l'ordonnance de la National Highway Traffic Safety Administration qui rendait obligatoire l'installation de ceintures-contact, il semblait que la réglementation sur la construction des véhicules se développerait sans restriction. Même à l'heure actuelle, les sacs gonflables semblent devoir devenir obligatoires. De plus, le Congrès a

récemment étendu aux limites de vitesse locales son champ de compétence en matière de sécurité routière. Il est clair que le Congrès n'en est pas encore à s'interroger sur la véritable raison d'être des règlements sur la sécurité¹⁰."

Puis, après un bref passage consacré aux coûts et avantages qui découlent d'une réduction des limites de vitesse, Peltzman ajoute:

"Il n'entre évidemment pas dans notre propos de discuter de la structure optimale des limites de vitesse, et encore moins des solutions de rechange qui peuvent lui être préférées ou des restrictions qu'on peut y ajouter (âge limite pour conduire, restriction sur la conduite en état d'ivresse et ainsi de suite). Toutefois, après un examen sommaire, vous doutons que ces restrictions aient avantage leur raison d'être que les règlements sur la construction des véhicules¹¹."

Certes, quiconque envisage une intervention de l'État dans le but de protéger le consommateur doit pouvoir répondre à des arguments de ce genre. Par exemple, le gouvernement doit-il légiférer pour que les consommateurs obtiennent de meilleures garanties, ou la concurrence du marché les fera-t-elle apparaître de toute manière, quique plus lentement? Et si on assujettit les garanties à des normes minimales, se produira-t-il un phénomène de substitution qui déjouera les intentions du législateur*?

Peltzman aurait dû ensuite de demander si les dispositifs de sécurité ont réellement fait augmenter le prix des voitures, le cas échéant, de combien. Même si les fabricants peuvent calculer séparément le coût de chaque ceintures de sécurité peuvent coûter 100 dollars, un tableau de born coussiné, 40 dollars), l'augmentation du prix de la voiture ne se traduit sans doute pas comme cela sur le marché. En effet, on ne recourt pas à la substitution seulement pour compenser

*Au chapitre 11, en étudiant les garanties obligatoires assorties aux voitures d'occasion, nous verrons que les consommateurs d'Australie ont tenté de les éviter afin d'obtenir des voitures à meilleur prix. Résultat: de graves distorsions sont venues perturber le marché des voitures d'occasion.

les effets bénéfiques que vise à engendrer une loi; on peut aussi y recourir pour éviter une augmentation des coûts.

L'addition obligatoire de dispositifs de sécurité n'entraîne pas nécessairement une augmentation des prix ou une diminution de la liberté de choix. Auparavant, il existait un ensemble de dispositifs obligatoires et un ensemble de dispositifs facultatifs, et il appartenait au fabricant de décider dans laquelle de ces deux catégories il plaçait chacun des dispositifs. Maintenant que l'État est intervenu en forçant le fabricant à inclure certains dispositifs de sécurité dans la catégorie des dispositifs obligatoires, le fabricant a encore la possibilité de faire passer certains dispositifs (pneus à flancs blancs, tachymètre, sièges chauffés à l'électricité) de la catégorie des dispositifs obligatoires à celle des dispositifs facultatifs, ce qui peut empêcher le prix de base de changer. A priori, on ne peut pas affirmer lequel des deux ensembles de dispositifs obligatoires le consommateur préférerait si les prix étaient identiques. Si l'équipement de sécurité réduit réellement les pertes dues aux accidents, la loi qui l'impose a des effets bénéfiques nets qui jouent en sa faveur.

Avant de passer à autre chose, nous voudrions souligner que l'étude de Peltzman ne prouve en rien l'inutilité de la loi sur les dispositifs de sécurité obligatoires. L'argumentation présente plusieurs faiblesses, même si dans l'ensemble, la façon d'aborder le problème est acceptable du point de vue économique. D'abord, Peltzman n'arrive pas à décrire avec précision ce qu'il entend par "conduite plus dangereuse". Il parle comme s'il ne faisait aucun doute que les gens conduisent avec moins de prudence pour se rendre plus vite du point A au point B. (Il pose cela comme une évidence pour simplifier son exposé.) Mais Peltzman ne trouve en réalité aucun fait qui démontre l'augmentation de la vitesse moyenne de conduite. Il note bien que dans l'ensemble de la société, la consommation d'alcool a enregistré une hausse, mais demeure incapable de déterminer ce que serait une conduite plus dangereuse. Il se retrouve donc avec deux observations statistiques - une augmentation des accidents et une constance des vitesses moyennes de conduite - mais la deuxième observation ne s'accorde pas avec son explication.

Son étude pose aussi d'autres problèmes. Ainsi, il prévoit une diminution des taux de décès en se fondant principalement sur ce que les économistes appellent une évolution chronologique*. En termes simples, cela signifie que le taux de décès connaît depuis longtemps une baisse (sauf pendant les années où il a augmenté en raison du grand nombre de jeunes conducteurs) sans que l'on puisse expliquer rigoureusement pourquoi. Cette observation demeure inexpliquée, et Peltzman camoufle son incompréhension sous un brillant jargon économique en qualifiant le phénomène en question d'"ajustements à long terme". Mais il s'agit toujours d'une tendance statistique, et non d'une explication.

Enfin, les économistes rompus à la recherche statistique seraient probablement surpris si le travail de Peltzman n'était pas son conservatisme en matière d'économie politique. C'est ce qui se produit, et ce n'est nullement le fruit du hasard. Le chercheur a en effet assez de possibilités de substitution pour faire en sorte que d'ordinaire, son étude aboutisse aux résultats désirés. C'est pourquoi il est très utile d'avoir plusieurs études sur un même sujet. Devant une variété d'hypothèses et de données, l'économiste discerne plus facilement les points forts et les points faibles d'une argumentation. On espère toujours que plus s'accroît le nombre de résultats de recherches sur une question, plus les faits feront pencher la balance d'un côté plutôt que de l'autre, et plus il sera facile de prendre la bonne décision.

En résumé, trois faiblesses fondamentales nous empêchent de souscrire à l'argumentation de Peltzman. D'abord, il n'arrive pas à définir précisément le terme "conduite plus dangereuse". Ensuite, il ne trouve aucun fait susceptible d'appuyer l'hypothèse selon laquelle les conducteurs tentent d'épargner du temps en conduisant plus vite. Enfin, il n'existe à notre connaissance aucune autre étude qui soutienne un point de vue semblable. Dirait-on que l'automne est arrivé simplement parce que l'on a vu une seule feuille tomber? Il en va de même pour l'étude de Peltzman: se fonder sur elle pour nier la validité de la loi sur les dispositifs de sécurité serait pour le moins prématuré.

* "Time trend" (n. de la t.)

CHAPITRE 5 - EFFETS EXTERNES ET COÛTS DES TRANSACTIONS

L'ÉCART ENTRE LES COÛTS SOCIAUX ET LES COÛTS PRIVÉS

Un effet externe est un coût ou un avantage qui découle d'une décision ou d'un acte mais dont le décideur ne tient pas compte¹. Le total des coûts et avantages associés à un acte porte le nom de coûts et avantages sociaux. Le sous-ensemble des effets dont le décideur tient directement compte dans ses calculs s'appelle coûts et avantages privés. Lorsqu'il existe un effet externe, les coûts ou les avantages sociaux d'un acte diffèrent de ses coûts ou avantages privés. Cependant, comme nous nous intéressons ici aux pertes causées par les produits hasardeux, nous concentrerons notre attention sur les coûts plutôt que sur les avantages.

Illustrons à l'aide d'un exemple les dommages causés par un écart entre les coûts sociaux et les coûts privés. Il s'agit d'un procès intenté contre le fabricant de nettoyeur pour tuyaux Drano². Pendant les années 1950, le Drano se vendait dans des contenants à bouchon fileté. Si de l'eau s'infiltrait à l'intérieur, il se formait des gaz qui augmentaient la pression interne jusqu'à ce que le contenant explose et que le principe actif du produit, la lessive, se répande aux alentours. La lessive est une substance si forte que même si elle n'entre en contact avec les yeux qu'un moment, elle peut causer une cécité permanente. On signala de nombreux cas de cécité causés par une explosion du contenant, mais pendant un certain temps, le fabricant négligea d'avertir la population du danger et ne changea pas non plus de bouchons. Quelques années plus tard, le bouchon fileté fut remplacé par un bouchon à pression qui devait s'ouvrir avant que la concentration de gaz ne devienne dangereuse. Malheureusement, le nouveau bouchon n'était guère meilleur: la pression rompait les joints du contenant avant de faire sauter le bouchon.

Dans cet exemple, les coûts des blessures subies par les consommateurs étaient des coûts sociaux dont le fabricant ne tenait pas compte. Celui-ci fondait ses décisions sur le prix de vente, et non sur le coût entier. En d'autres termes, il ne prêtait nulle attention au risque ni aux pertes auxquels le consommateur était exposé. De plus les consommateurs

n'étaient pas assez renseignés pour évaluer le coût entier avant l'achat*. Les coûts privés qu'aurait subis la compagnie en changeant les bouchons ou en émettant des avertissements précis auraient été largement compensés par la diminution des pertes causées aux consommateurs par les blessures, mais ces pertes constituaient des coûts externes pour le fabricant.

Un coût externe est transformé en coût interne quand le décideur est forcé d'assumer les coûts de son acte. Lors du procès Drano, l'appareil judiciaire a transformé les coûts externes en coûts internes en donnant gain de cause à la partie lésée. Les coûts sociaux, mais seulement dans le cas d'un consommateur. Toutes les autres personnes lésées qui, pour une raison ou pour une autre, ne reçurent aucune compensation du fabricant furent laissées en plan.

Un cas semblable n'aurait pas pu se produire dans le modèle théorique de la concurrence parfaite car les hypothèses de base empêchent l'apparition d'effets externes. Comme il existe un marché pour tous les biens et services utiles, il existe aussi un marché de l'information. Le prix de l'information est le coût de reproduction d'une autre unité d'information; il est donc presque nul dans une situation de concurrence parfaite. Dans ce modèle, le consommateur achète l'information nécessaire pour déterminer la quantité de risque attachée à chaque produit et sait que les contenants de Drano peuvent exploser. Il peut donc calculer le coût entier qui comprend les pertes futures et le risque.

C'est en fonction du coût entier plutôt que du prix du marché qu'il prend ses décisions. Il peut donc acheter un nettoyeur pour tuyaux dont la composition ou l'emballage est moins dangereux, forçant ainsi la compagnie à modifier son produit ou à abandonner les affaires. La concurrence oblige donc le fabricant à tenir compte de ce qu'est le coût total de son produit du point de vue du consommateur et à cesser de ne se préoccuper que du prix de vente.

*Dans l'équation du coût entier, le coût privé du vendeur est simplement exprimé par P , le prix de vente. Les coûts externes sont $(H + L + R)$. Le consommateur ne connaît pas assez bien la statistique pour évaluer convenablement ces coûts.

LES DROITS DE PROPRIÉTÉ

On peut considérer qu'une transaction comporte plus que le simple versement d'une somme d'argent en échange d'un produit. Sont aussi en cause les droits en vertu desquels on s'attend qu'il s'agisse d'un produit. Sont aussi en cause les droits en vertu desquels on s'attend qu'il s'agisse d'un produit de qualité et le paiement d'indemnités en cas de dommages. Les économistes désignent l'ensemble des droits reliés aux transactions commerciales sous le nom de droits de propriété. Il en existe trois catégories:

1. le droit d'acheter et de vendre,
2. le droit d'être indemnisé et l'obligation de verser des indemnités,
3. le droit de fixer des normes minimales de comportement, et notamment d'interdire, et l'obligation de respecter ces normes.

Le fait qu'un coût soit externe ou non par rapport aux décisions d'un vendeur sur le prix, la quantité et la qualité dépend des droits qu'obtient chaque partie lors de la transaction ainsi que de la somme qu'il en coûte pour les faire respecter. Le consommateur a-t-il droit à un produit qui fonctionne comme promis et dont le fabricant l'indemniserait en cas de défaut ou achète-t-il le produit à ses risques et périls? La réponse à ces questions et à d'autres du même genre déterminera si le vendeur prendra les décisions relatives à son produit seulement en fonction du prix du produit ou s'il tiendra aussi compte des autres composantes du coût à la consommation. Bref, les droits échangés en même temps que le produit détermineront s'il y aura ou non des effets externes.

Les droits de propriété sont tout aussi importants que l'aspect physique d'un produit. Ainsi, une automobile tire une grande partie de sa valeur du droit qu'a son propriétaire de la conduire et de la revendre. Imaginez combien vaudrait une automobile si son propriétaire n'avait pas ces droits. Si cet exemple vous paraît trop théorique, songez plutôt à un permis de taxi. Dans la plupart des villes, l'achat d'un tel permis est assorti du droit de le revendre avec profit. Lorsque l'administration locale fixe le nombre de permis, une pénurie artificielle s'ensuit. Les permis prennent alors beaucoup de valeur et coûtent parfois 30 000 dollars ou plus. Si le droit de revende

était révoqué, les permis perdraient beaucoup de leur valeur. Le même type d'analyse des droits de propriété s'applique aux quotas de production de lait et à de nombreux autres types de permis⁴.

LES COÛTS DES TRANSACTIONS ET LE THÉORÈME DE COASE

Le Professeur Ronald Coase, dans un article intitulé "The Problem of Social Cost", a brillamment exposé pourquoi il ne se produit pas d'effets externes dans le modèle concurrentiel. Pour ce faire, il a étudié plusieurs problèmes juridiques classiques dans lesquels des dommages sont causés à une première partie par une autre partie. Il a conclu que si la négociation d'une entente n'entraîne pas de frais et que la situation n'est pas optimale à l'origine, les deux parties auront toujours intérêt à s'entendre sur un optimum de Pareto, car cela augmentera aux maximum la somme de leurs avantages nets.

Pour que les deux parties bénéficient d'un optimum de Pareto, il leur suffit de négocier entre elles la répartition de l'extrant après augmentation. Coase a noté que la répartition finale est liée à des questions juridiques, et notamment à celle du régime de responsabilité des dommages, mais que quel que soit le mode de détermination de la responsabilité, les agents du marché chercheront une solution optimale qui ne comportera pas d'effets externes. Ce point de vue a reçu le nom de "théorème de Coase" et peut s'énoncer de la façon suivante⁵:

Théorème de Coase: Soit un régime de marché concurrentiel dans lequel tous les coûts des transactions sont nuls. Toute situation non optimale dans laquelle une personne fait du tort à une autre sera réglée à long terme sur le marché par une entente volontaire qui sera compatible avec une allocation optimale des ressources au sens de Pareto. L'optimalité de cette entente au sens de Pareto est indépendante de la répartition initiale des droits de propriété.

Bien que le théorème de Coase traite de la recherche d'une solution optimale dans une situation où les coûts des transactions ont nuls, Coase et la plupart de ceux qui se sont penchés sur la question après lui ont insisté sur l'importance de ces coûts et sur la nécessité de trouver de réelles solutions du second rang au lieu de chercher l'optimum théorique. Coase a fait valoir que, un réaménagement juridique des droits étant coûteux, il ne serait entrepris dans un régime de marché que si les avantages nets se révélaient pous élevés que les coûts des transactions⁶.

Nous nous retrouvons donc devant une hypothèse selon laquelle l'imperfection du marché et les effets externes se produisent si les coûts des transactions sont élevés. Dans cette optique, on peut chercher des moyens d'éviter que ces coûts ne soient si importants, et l'on aboutit souvent à la conclusion que l'État doit intervenir. S'il se produit une imperfection du marché, dit-on, laissons à l'État le soin d'éliminer le problème. L'opinion de Coase sur cette tendance, bien qu'elle date de près d'une vingtaine d'années, gagne de plus en plus d'adeptes parmi les économistes. La voici: "Toutes les solutions coûtent quelque chose, et il n'y a aucune raison de supposer que l'on fait appel à l'État seulement parce que le marché ou la compagnie en question n'arrive pas à résoudre le problème. Pour trouver les mesures à prendre, il faut étudier patiemment comment, en pratique, le marché, les entreprises et les gouvernements s'occupent du problème des effets néfastes... A mon avis, les économistes, tout comme l'ensemble des technocrates, ont eu tendances à surestimer les avantages de l'intervention de l'État. Une fois cela posé, cependant, on peut seulement conclure que le rôle de l'État doit être réduit. Rien ne nous indique où la frontière doit être tracée. Pour le savoir, il faut, me semble-t-il, examiner en détail les résultats réels de diverses solutions⁷."

L'INTERNALISATION DES EFFETS EXTERNES DANS LES CAS OÙ LES COÛTS DES TRANSACTIONS SONT POSITIFS

Hélas, transformer les coûts externes en coûts internes est loin d'être toujours possible. S'agissant du contenant explosif de Drano, nous avons souligné qu'en obligeant le fabricant (et, indirectement, sa compagnie d'assurances) à indemniser le

consommateur lésé, les tribunaux avaient effectivement transformé une partie des coûts externes en coûts internes. Cependant, comme nous le verrons, cette analyse est trop superficielle. Elle néglige en effet le rôle de la compagnie d'assurances tout en donnant l'impression qu'on peut régler le problème des produits hasardeux en appliquant la responsabilité sans faute du fabricant à tous les dommages causés par les produits. Elle ne prend pas en compte non plus les consommateurs qui décident de ne pas intenter de poursuites en justice ou qui perdent leur procès. De plus, elle ne tient pas compte des précautions prises par les consommateurs, même si celles-ci influent sur le coût entier. Si le fabricant est responsable des pertes, les coûts engendrés par les actes du consommateur deviennent des coûts externes pour le consommateur et des coûts internes pour le fabricant.

Prenons l'exemple d'un produit hasardeux qui serait assorti d'une mise en garde de l'acheteur et voyons comment, dans le modèle de concurrence parfaite du régime de marché, on pourrait en arriver à une solution optimale au sens de Pareto. Les consommateurs paient le coût entier pendant la durée utile du produit. Le fabricant prend ses décisions en ne tenant compte que de P , même si les caractéristiques de son produit déterminent $H + L + R$. Le consommateur ayant acheté le produit à ses risques, il ne peut recouvrer aucune perte du vendeur ni du fabricant. L'acheteur consacrerait du temps et de l'argent à réduire la probabilité et l'ampleur des pertes afin de diminuer le coût entier. Les consommateurs peuvent réduire leurs pertes soit en prenant directement des mesures préventives, soit en souscrivant une assurance-accidents. Dans les deux cas, H augmente pendant que $L + R$ décroît. Le consommateur continue d'agir de la sorte tant que l'effet net qu'il vise est de réduire le coût entier.

Si le consommateur a souscrit une police d'assurance, on présume qu'il ne sera indemnisé que s'il n'a pas été négligent. Si la compagnie d'assurances peut vérifier le comportement du consommateur en maintenant les coûts des transactions à zéro, le risque couru par le consommateur peut être transféré sans frais à la compagnie d'assurances*. La compagnie

*En mettant en commun les risques encourus par de nombreux consommateurs et en les répartissant parmi ses souscripteurs, une compagnie d'assurances peut réduire le risque qu'elle court avant de commencer à négocier pour changer la probabilité ou l'ampleur d'une perte. Nous développerons cette question au chapitre 8, qui traite des assurances.

d'assurances négocie ensuite avec le fabricant pour augmenter la sûreté du produit jusqu'à ce qu'un optimum de Pareto soit atteint, c'est-à-dire jusqu'au point où il serait plus coûteux de rendre le produit encore plus sûr que de compenser les pertes subies. Si le consommateur s'auto-assurait, le résultat serait identique. Les consommateurs réuniraient d'abord leurs efforts pour négocier ensuite avec le fabricant.

Si les coûts de transactions sont positifs, ni les consommateurs ni aucune compagnie d'assurances ne seront en mesure de négocier la fabrication d'un produit de qualité optimale. De plus, la compagnie d'assurances trouvera coûteux de vérifier le comportement du consommateur pour déterminer s'il y a eu ou non négligence. Certains consommateurs trouveront profitable de ramener leur comportement préventif en deçà des niveaux optimaux parce que pour eux, l'augmentation des pertes qui en résultera sera un effet externe. L'augmentation des frais d'assurance est assumée par tous les souscripteurs, qui paient des primes plus élevées. Les avantages que retire le consommateur en étant moins prudent dépassent les inconvénients qu'il y a à assumer des coûts plus élevés. Résultat: le risque excède le niveau optimal.

Par conséquent, l'achat aux risques du consommateur n'est une solution optimale que si les coûts des transactions sont nuls, car les consommateurs, par l'entremise de leur compagnie d'assurances, peuvent alors négocier pour obtenir une qualité optimale. Lorsque les coûts des transactions sont positifs, les négociations sont coûteuses, les frais d'assurance et le risque augmentent, et l'atteinte d'une solution optimale est impossible.

Prenons maintenant le cas d'un régime sous lequel le fabricant est responsable de toutes les pertes causées par un produit défectueux, même lorsqu'il y a eu négligence de la part du consommateur (responsabilité sans faute du fabricant). Rien n'incite alors les consommateurs à consacrer du temps ou de l'argent à éviter les accidents. Le fabricant souscrira à une police d'assurance RC produits, et il incombera à la compagnie d'assurances de négocier avec chaque consommateur une somme qui le pousse à agir sans négligence, d'une façon optimale.

Supposons maintenant que les coûts des transactions soient positifs. La compagnie d'assurances ne peut pas s'entendre avec les consommateurs pour qu'ils ne soient pas négligents car les négociations individuelles et la vérification des

comportements coûtent trop cher. Plus encore, la compagnie d'assurances doit vérifier le comportement des entreprises, puisqu'elle fixe les primes en fonction de la sûreté des produits. Dans l'industrie, les primes d'assurance sont fondées sur des moyennes approximatives. Chaque entreprise est donc poussée à réduire ses coûts de production et non à améliorer la sûreté de ses produits. Encore une fois, les coûts de transactions positifs font grimper le risque au-delà du niveau optimal.

Après avoir examiné brièvement l'achat aux risques du consommateur et la responsabilité sans faute du fabricant, nous en arrivons donc à des conclusions qui ne contredisent pas le théorème de Coase. Lorsque les coûts des transactions sont nuls, ces deux régimes permettent d'atteindre un niveau optimal de risque et de qualité du produit. Les négociations volontaires qui se font sur le marché conduisent à l'internalisation de tous les effets externes. Par contre, quand les coûts des transactions sont positifs, l'internalisation n'est que partielle. Si les consommateurs achètent à leurs risques, l'entreprise fabrique un produit trop hasardeux. Les primes d'assurance sont fixées en fonction d'une moyenne, de sorte que certains consommateurs épargent du temps et de l'argent en étant moins prudents. De même, si la responsabilité incombe toujours au fabricant et que les coûts des transactions sont nuls, la compagnie d'assurances négocie un comportement optimal avec chacun des consommateurs et structure les primes de manière à obtenir un produit d'une sûreté optimale. Par contre, si les coûts des transactions sont positifs, il devient trop onéreux de négocier avec les consommateurs et de vérifier le comportement de chacun des fabricants. Les primes sont fixées en fonction d'une moyenne, et ni les consommateurs, les fabricants n'adoptent un comportement non optimal.

Comme, dans les cas où les coûts des transactions sont positifs, une partie seulement des coûts externes peut être transformée en coûts internes pour le décideur responsable, le marché ne peut pas en arriver à une solution optimale. On ne peut rien espérer de plus qu'une solution du second rang. Nous devons donc procéder à une analyse coûts-avantages de l'internalisation d'une part additionnelle du coût externe.

Certains fervents de la protection du consommateur présument qu'en imputant toute la responsabilité au fabricant, on transforme assez de coûts externes en coûts internes et cela, moyennant

des coûts de transactions assez raisonnables pour qu'une solution du second rang soit accessible. En conséquence, l'adoption de la responsabilité sans faute du fabricant trouver de nombreux adeptes au Canada. Pour notre part, nous ne sommes pas d'accord, car cette solution semble à la fois peu avantageuse et beaucoup trop coûteuse. Nous reprochons surtout aux défenseurs de cette proposition de confondre deux objectifs distincts: la dissuasion à l'égard des pertes et l'assurance d'une indemnisation aux victimes d'accidents. La responsabilité sans faute du fabricant est une forme d'assurance coûteuse et inefficace. Selon nous, ce sont les compagnies d'assurances, et non les tribunaux, qui doivent protéger les consommateurs contre les pertes. Lorsque l'appareil judiciaire n'a pas à jouer un rôle d'assureur, il est beaucoup plus facile de favoriser la dissuasion. Mais afin de ne pas nous écarter de notre sujet, nous ne reparlerons de la responsabilité sans faute du fabricant que dans les chapitres suivants.

LES SOLUTIONS DU SECOND RANG DANS LES CAS OÙ LES COÛTS DES TRANSACTIONS SONT POSITIFS

Au cours des chapitres suivants, nous verrons de nombreux exemples d'effets externes et d'imperfection du marché. Nous définirons l'imperfection du marché par rapport à un optimum théorique au sens de Pareto, tout en sachant que celui-ci est inaccessible quand les coûts des transactions sont positifs. Par conséquent, nous nous interrogerons sur les principes de l'intervention gouvernementale en nous demandant si, une fois appliqués, il pourraient mener à des solutions du second rang. Notre objectif est de déterminer si ces solutions potentielles sont compatibles avec la théorie économique. Pourtant, en elle-même, la théorie ne saurait nous indiquer si une solution du second rang peut découler de telle institution ou de tels règlements. Comme l'a noté Coase, il faut pour cela examiner en détail les résultats réels de diverses solutions.

Nous analyserons l'imperfection du marché en adoptant tour à tour deux points de vue différents: celui des optimums théoriques et celui des solutions du second rang. Sur chaque grand domaine d'intervention gouvernementale (information, assurance, garanties et responsabilité), nous ferons une analyse théorique dans

laquelle nous expliquerons dans quelle mesure un modèle de concurrence parfaite peut résoudre les problèmes causés par les produits hasardeux et l'imperfection du marché. Ensuite, nous étudierons des solutions pratiques, tout en tenant compte de la présence de coûts de transactions positifs et de la difficulté d'une internalisation complète. Nous examinerons les avantages et les inconvénients de ces solutions potentielles en nous demandant si certains des motifs théoriques qui laissent prévoir des problèmes majeurs trouvent une correspondance dans la réalité. Nous nous servirons de la théorie économique, qui met l'accent sur l'efficacité, pour débarrasser certaines formes d'intervention gouvernementale de leur apparente complexité, et pour voir quels sont le but, la méthode et les chances de réussite de chacune de ces formes d'intervention.

ÉTUDE DE CAS

Une grande partie des problèmes que nous traiterons sont abordés de façon abstraite par la théorie économique. Pourtant, les produits hasardeux présentent des dangers bien réels, et leur existence met souvent en cause des facteurs humains et émotifs très importants. C'est pourquoi nous tenterons d'ajouter une dimension concrète à notre analyse en revenant de temps à autre à des procès réels. Le recours à ces exemples démontrera aussi que l'économie peut servir à analyser des événements et ne s'intéresse pas seulement à des constructions théoriques pâlottes qui sont si faciles à échafauder et encore plus faciles à oublier.

Nous avons choisi notre première étude de cas pour illustrer le lien qui existe entre, d'une part, l'imperfection du marché, et d'autre part, une information déficiente et des effets externes. Les solutions possibles proviennent de lois déjà en vigueur aux États-Unis. Même si le procès a eu lieu dans ce pays, le produit en question - un humidificateur de la compagnie Hanksraft - est largement vendu au Canada, quoique sous sa nouvelle forme.

L'HUMIDIFICATEUR A VAPEUR

Au printemps de 1960, les deux enfants de M. et Made McCormack avaient pris froid⁸. Comme le vieil humidificateur ne fonctionnait plus, Made McCormack a acheté un humidificateur électrique à vapeur Hanksraft dans une pharmacie libre-service locale. Les humidificateurs sont d'une conception normalisée. Ils se composent de trois parties. D'abord, une base en aluminium sur laquelle repose un récipient en verre d'un gallon. Sur le dessus du récipient se trouvent un capuchon en plastique noir non fixé, relié à un tube et à une chambre de chauffage. L'eau est transformée en vapeur dans cette chambre et se répand ensuite dans l'air pour y créer une humidité qui soulage quelque peu les congestions.

L'eau de l'humidificateur est très chaude. Elle se maintient à environ 211 degrés, un degré seulement au-dessous du point d'ébullition. L'eau à 145 degrés brûle, et à 180 degrés, elle brûle au troisième degré. On ne peut pas savoir que l'eau est chaude seulement en la regardant puisqu'elle ne bouillonne pas. Made McCormack utilisait toujours une main gantée pour se protéger de l'élément chauffant lorsqu'elle remplissait l'humidificateur, et n'avait jamais touché à main nue le récipient d'eau chaude.

La brochure d'instructions indiquait que l'humidificateur n'était pas dangereux pour les enfants. On pouvait y lire ceci:

"POURQUOI L'HUMIDIFICATEUR A VAPEUR HANKSCRAFT EST DE CONCEPTION SUPÉRIEURE AUX AUTRES

Votre humidificateur fonctionnera toute la nuit avec un seul récipient d'eau et émettra dans la direction désirée un jet doux et régulier de vapeur médicamenteuse. Aucune attention n'est requise.

L'humidificateur à vapeur est sûr et pratiquement à toute épreuve. Comme l'eau établit elle-même le contact, l'humidificateur s'arrête automatiquement lorsque toute l'eau est évaporée. L'élément électrique ne peut pas griller⁹."

La nuit du 20 novembre 1960, l'humidificateur était dans la chambre d'Andrea McCormack. Andrea était âgée de trois ans et neuf mois. L'humidificateur était placé sur un tabouret, à quatre pieds de son lit

conformément aux instructions. Les événements ultérieurs ont été relatés de la façon suivante devant le tribunal:

"Vers 2H30, Made McCormack a entendu un cri terrible et s'est levée. Elle a trouvé Andrea étendue sur le plancher de sa chambre, hurlant. Le tabouret de métal n'était pas tombée, mais l'humidificateur était tombé sur le sol et l'eau s'était renversée... Andrea, en voulant se rendre à la salle de bains, avait fait bomber l'humidificateur, et l'eau s'était répandue sur elle.

"Andrea fut transportée d'urgence à l'hôpital pour y recevoir des soins. Son corps portait de graves brûlures sur une étendue de plus de 30 p. cent. Elle était en état de choc, et pendant quelque temps, sa condition a été critique. Elle souffrait de brûlures au troisième degré sur la poitrine, les épaules et dans le dos. On a dû, à deux reprises, lui faire des greffes de peau. Elle a passé 74½ jours à l'hôpital. Dix jours après, elle était hospitalisée à l'Institut Kenny pour y recevoir des soins. Elle y est restée 102 jours, après quoi elle a été transférée à la Clinique Mayo, où elle a été de nouveau opérée en août 1961. Au moment du procès, Andrea avait une mâchoire déformée et de grosses cicatrices sur la poitrine, l'estomac, les jambes, les bras et le cou. Elle avait quelque difficulté à se mouvoir la tête, avait une posture irrégulière et pouvait s'attendre à subir de six à 12 autres opérations durant sa vie. Son état est en grande partie irréversible¹⁰."

Les McCormack ont intenté des poursuites judiciaires et obtenu 150 000 dollars pour responsabilité du fait des produits. Cette décision a été renversée, puis rétablie. Les McCormack ont allégué que le produit était mal conçu, qu'un simple dispositif de fixation aurait dû retenir le capuchon, et que le fabricant aurait dû prévenir le consommateur des dangers de son produit.

Andrea n'était pas la première enfant à subir des blessures par suite de l'utilisation d'un humidificateur Hanksraft. Avant elle, au moins une dizaine d'autres avaient été blessés de la même manière. Elle n'a pas été non plus la dernière. Une

autre poursuite judiciaire a été intentée contre Hanksraft à San Francisco; le fabricant a dû payer 187 000 dollars¹¹. Il y a ensuite eu au Minnesota un autre procès, de 40 000 dollars cette fois. On a alors demandé au fabricant s'il avait rappelé les produits ou s'il en avait modifié la conception. Sa réponse a été négative¹².

La compagnie Hanksraft détenait une assurance RC produits de l'American Mutual Alliance¹³. Après plus de 100 sinistres, Hanksraft a refusé de suivre l'avis de la compagnie d'assurances et de rappeler ses produits. Finalement, l'American Mutual Alliance a refusé de couvrir d'autres dommages¹⁴.

Enfin, en 1972, 12 ans après l'accident d'Andrea McCormack, on annonçait les humidificateurs à vapeur Hanksraft de la façon suivante:

"Notre humidificateur émet pendant 12 heures une vapeur bienfaisante pour le malade. Fait de plastique et doté d'une grande capacité (1½ gallon), c'est un excellent humidificateur de chambre. Un capuchon à fixation empêche l'eau de se répandre lorsque l'humidificateur est renversé accidentellement. L'appareil s'arrête automatiquement...¹⁵"

L'affaire de l'humidificateur est un exemple évident d'imperfection du marché. Les coûts de l'accident d'Andrea McCormack ont été absorbés directement par les parents et étaient des coûts externes pour la compagnie Hanksraft. Les McCormack ont recouru à l'appareil judiciaire pour obtenir une indemnisation. Les coûts sont donc passés des McCormack au fabricant, qui possédait toutefois une assurance RC produits. Celle-ci a eu pour effet d'éliminer le parvoir dissuasif de l'appareil judiciaire et de permettre à la compagnie de continuer à fabriquer un produit dangereux. Lorsque le nombre de sinistres a dépassé la centaine, le marché s'est protégé et la compagnie d'assurances a refusé de couvrir plus longtemps Hanksraft. Finalement, le puissant effet dissuasif de l'internalisation des coûts s'est manifesté et l'humidificateur a été modifié.

La compagnie Hanksraft est loin d'avoir été la seule à ne pas tenir compte des dangers de l'un de ses produits. Les auteurs d'un livre sur la responsabilité du fait des produits déclarent, en se fondant sur l'expérience qu'ils ont acquise dans ce domaine à titre de conseillers juridiques et techniques:

"On confie habituellement les poursuites en matière de responsabilité aux soins d'un avocat de l'entreprise ou de la compagnie d'assurances. Les représentants de l'entreprise n'ont qu'à bien répondre à ses questions et à obéir à ses directives. L'avocat convoque les gens selon ses besoins, mène l'affaire, tire des conclusions, réclame ses honoraires (habituellement à l'assureur) et se retire ensuite. Il incite toutes les personnes concernées à une plus grande prudence, et le cours normal des affaires reprend. La somme nette d'expérience acquise à la suite de cet incident douloureux peut être minime ou nulle, surtout si la compagnie d'assurances et le mécanisme fiscal de l'entreprise ont efficacement dilué l'impact financier. D'ordinaire hélas, aucun employé de l'entreprise n'est mis au courant, sinon les personnes directement concernées par la poursuite. On fait comme s'il s'agissait d'une chose malpropre qu'on s'empresse d'envoyer sous les dossiers et d'extirper de sa conscience. Les améliorations à apporter subissent souvent le même sort¹⁶."

On peut se demander combien on doit compter de cadavres avant que l'entreprise ne réagisse.

L'imperfection du marché et les effets externes connexe découlent ici de deux raisons interdépendantes: le manque d'information et la structure des primes d'assurance privé pour responsabilité du fait des produits. Le mode d'emploi ne mettait pas le consommateur en garde contre les dangers éventuels du produit. L'accès à l'information était bloqué parce que le fabricant et la compagnie d'assurances ont le droit de tenir ces renseignements secrets. Les consommateurs pourraient en savoir plus long en testant eux-mêmes le produit ou en engageant des experts pour le faire, mais ces deux possibilités dépassent les moyens de particuliers. Le régime des primes d'assurance RC produits de l'entreprise n'a fait que reporter sur tous les autres clients le fardeau des frais d'une mauvaise conception. La compagnie d'assurances a dû évaluer la rentabilité globale de ses rapports avec le fabricant. Elle ne pouvait guère accroître l'ensemble des primes en se fondant sur un aspect négligeable parce que le fabricant aurait probablement pu trouver un autre assureur qui lui aurait consenti un meilleur taux. Le fabricant n'éprouve ordinairement de difficulté à acheter des assurances que s'il a déjà subi une annulation de police.

Les effets externe dépendent de coûts des transactions parce que les consommateurs sont regroupés en petites unités, les ménages. Ceux-ci ne pourraient réaliser d'importantes économies d'échelle que s'ils formaient des groupes importants d'acheteurs et réunissaient l'information obtenue de tous les ménages pour évaluer les risques d'un produit. Si les consommateurs connaissaient les risques, il pourraient n'acheter que les produits qui, à leur avis, sont assez sûrs.

Le manque d'information et la structure des assurances sont liés aux hypothèses fondamentales de la théorie de la concurrence. Il n'existe pas de marché concurrentiel de produits qui soit fondé sur les risques éventuels parce que les fabricants et les compagnies d'assurances ont le monopole de l'information sur le rendement des produits. Quant à ce monopole, il subsiste à cause des économies d'échelle que permet la collecte des renseignements. Comme aucune des trois hypothèses discutables de la théorie de la concurrence parfaite n'est respectée, il n'est pas étonnant qu'il y ait imperfection du marché.

REMÈDES A L'IMPERFECTION DU MARCHÉ

Il vaut la peine d'étudier plus à fond trois des nombreux remèdes possibles à l'imperfection du marché. Nous commencerons par décrire brièvement chacun d'eux, quitte à les soumettre à un examen plus détaillé dans les chapitres suivants.

Informer le consommateur

Des effets externes se produisent quand le consommateur ne possède pas l'information qui lui permettrait d'ajouter les coûts futurs au prix de vente actuel afin de connaître le coût entier réel. Lorsque l'information porte sur des dangers ou des défauts rares, il est encore plus difficile de fixer un chiffre représentatifs du coût entier réel qui tienne compte du risque. Pourtant, on pourrait sûrement améliorer la situation en dévoilant au consommateur l'information fournie aux fabricants et aux compagnies d'assurances sur les vices et les dangers des produits.

Il ne s'agit pas de fournir au consommateur une somme telle de renseignements qu'il lui faille un ordinateur pour les utiliser. Ce ne serait pas rationnel, compte tenu des limites de temps et des compétences professionnelles réduites du ménage moyen. Il faut plutôt se demander s'il ne serait pas possible de donner des renseignements qui permettraient à certains consommateurs de faire des choix plus judicieux sans nuire aux autres consommateurs. Il s'agit en somme de respecter le critère de Pareto, c'est-à-dire de rechercher de petites améliorations au lieu d'essayer d'améliorer d'un seul coup tout l'ensemble.

Informers le gouvernement

Les fabricants, détaillants, compagnies d'assurances ou organismes de vérification des produits devraient informer le gouvernement de tout défaut qui risque d'infliger des pertes ou des blessures au consommateur. Deux raisons peuvent justifier le rôle du gouvernement dans la collecte d'information: (1) en théorie, le gouvernement est désintéressé face aux résultats; (2) il peut profiter des économies d'échelle. Le gouvernement est désintéressé parce qu'il n'a pas avantage à déformer l'information pour retirer de plus grands profits. On ne peut pas dire qu'il soit objectif, puisque dans de nombreux cas, il est appelé à exercer un choix subjectif sur la pertinence de certains renseignements. En cette matière, on ne peut se fier ni aux fabricants, ni aux détaillants, car la diffusion de cette information est souvent contraire à leurs intérêts. Ils n'agissent pas nécessairement de façon immorale, mais tout simplement de façon rationnelle. Dans le cas de l'humidificateur, de nombreuses tragédies auraient pu être évitées si le gouvernement avait été averti dès les premiers accidents et si, il existait des lois permettant le rappel ou l'interdiction de produits. Comme l'humidificateur Hanksraft satisfaisait aux normes de conception de l'industrie, il s'est sans nul doute produit de nombreux autres cas mettant en cause d'autres fabricants.

On pourrait, au Canada, s'inspirer de l'article 15 de la Loi américaine sur la sûreté des produits de consommation (Consumer Product Safety Act). Voici ce que disait de l'article 15, un an après son adoption, M. R. David Pittle, membre de la National Product Safety Commission.

"L'élément surprise de l'année a été l'article 15 de la Loi sur la sûreté des produits de consommation. Il exige que tous les fabricants, distributeurs et détaillants avisent immédiatement la Commission lorsqu'ils possèdent des renseignements à l'effet que le produit qu'ils vendent, distribuent ou fabriquent pourrait comporter un risque sérieux de blessure pour le consommateur. Ils ne peuvent dissimuler les plaintes. Ils ne doivent pas attendre que la Commission constate de nombreux accidents ou qu'elle reçoive des plaintes des quatre coins du pays. L'industrie doit nous avertir sur-le-champ. D'importantes sanctions sont prévues pour ceux qui négligent de la faire. Cet article est un facteur primordial de protection du consommateur.

"Jusqu'à maintenant, nous avons reçu environ 200 avis concernant toutes sortes de produits: réfrigérateurs, téléviseurs, tracteurs, tondeuses à gazon, etc. Les fabricants, les distributeurs et les détaillants nous appellent pour nous dire, par exemple, qu'ils vendent un cric qui peut lâcher. C'est bon de la savoir avant que quelqu'un ne se glisse sous la voiture... Maintenant, les consommateurs sont prévenus d'avance.

"Après avoir été informé, le personnel de la Commission étudie le produit pour voir s'il présente un danger grave. Le cas échéant, la Commission offre à l'entreprise plusieurs options: racheter le produit, le réparer, le remplacer ou prendre des mesures pour le retirer du marché. Si cela est nécessaire, l'entreprise a le choix. La Commission doit seulement s'assurer que les mesures adoptées conviennent et qu'elles seront efficaces.

Près de 15 millions d'articles ont été retirés du circuit de consommation grâce à l'article 15. Ce n'étaient pas tous des produits dangereux, mais ils comportaient des éléments assez douteux pour être rappelés. Il est encore trop tôt pour estimer le nombre de blessures ainsi évitées. Toutefois, l'avis et le pouvoir de rappel constituent un indice très certain d'efficacité¹⁷."

Une loi canadienne inspirée de l'article 15 fournirait au gouvernement les renseignements requis pour rappeler des produits ou fixer sur eux des normes efficaces. Toutefois, comme cette solution n'internalise pas les coûts en faisant jouer les mécanismes du marché, certains préféreront en chercher d'autres. On pourrait par exemple envisager un processus séquentiel où, dans un premier temps, on compterait sur les mécanismes de la concurrence pour internaliser les coûts et où, dans un deuxième temps, on recourrait aux normes et aux rappels. Mais la menace des normes et des rappels peut être nécessaire au bon déroulement de la première étape.

Restructurer l'assurance

Il faut étudier plus à fond la façon dont les différents régimes d'assurance interagissent pour garantir des indemnités et avoir un effet dissuasif. Comme l'illustre clairement le cas de l'humidificateur, l'assurance RD produits qu'offrent les compagnies privées peut empêcher une internalisation efficace. Quant à l'assurance-maladie et l'assurance-hospitalisation gouvernementales, tout en accordant un dédommagement partiel aux consommateurs blessés, elles libèrent les fabricants de certains des coûts sociaux de leurs activités.

Il ne faut pas oublier que la protection accordée directement aux consommateurs par l'assurance souffre de graves faiblesses. Les pertes de revenu découlant d'un accident survenu hors des lieux de travail ne sont généralement pas couvertes. A l'heure actuelle, on sait très peu de choses sur la faiblesse de la protection accordée par les assurances. Au Canada, les discussions ont porté sur l'assurance-automobile plutôt que sur l'assurance-accidents en général. Même si l'on peut être porté à penser que les frais médicaux sont amplement couverts par les régimes provinciaux d'assurance-maladie, il s'est produit des cas où de nombreux frais n'étaient pas prévus. Par exemple, un article de journal nous apprenait récemment qu'un paraplégique avait blessé plusieurs piétons dans un accident¹⁷. Le tribunal a accordé 138 000 dollars aux piétons. Les soins médicaux que l'un d'eux a reçus d'une maison de santé ont coûté 70 000 dollars au cours des quatre dernières années. Le conducteur ne possédait qu'une assurance-responsabilité civile de 100 000 dollars, de sorte qu'il devra payer lui-même le

solde, soit 38 000 dollars. Toutefois, comme il a déclaré ne pas pouvoir le faire, la victime aurait bien être forcée d'acquitter elle-même ces frais.

L'une des possibilités intéressantes en matière de restructuration de l'assurance consisterait à étendre les prestations pour accidents du travail aux accidents survenus ailleurs que sur les lieux de travail. La Nouvelle-Zélande est allée plus loin que tout autre pays dans cette voie en créant un régime complet et universel d'assurance-accidents. Ce régime rembourse jusqu'à 80 p. cent des revenus perdus, plus tous les frais médicaux découlant d'accidents de tous genres. Nous en reparlerons au chapitre 9. Toutefois, avant de décider d'appliquer le modèle néo-zélandais au Canada ou d'étendre les régimes d'assurances contre les accidents du travail, il faudrait explorer plus à fond les avantages et les inconvénients des régimes actuels d'assurance.

CHAPITRE 6 - LA RECHERCHE D'INFORMATION

INTRODUCTION

La recherche à laquelle se consacre le consommateur en vue d'en savoir davantage sur le rendement et la sécurité des produits à la fois des effets économique et juridiques. L'information joue un rôle économique parce que le consommateur en a besoin pour évaluer la qualité et le coût entier des produits¹. L'estimation des coûts que pourraient faire peser sur le ménage des pertes inattendues revêt une importance particulière. Une information de qualité permet au consommateur d'évaluer avec plus de précision le coût entier. Elle l'aide à mieux distinguer des produits qui, n'offrant pas en apparence de différences majeures, lui auraient autrement paru semblables. De cette manière, les forces en présence dans le marché concurrentiel peuvent s'exercer. Les produits hasardeux sont éliminés du marché à moins que sur le plan des coûts, ils n'offrent des avantages assez substantiels pour contrebalancer la plus grande qualité des produits concurrents. Les décisions erronées deviennent beaucoup moins probables, et la satisfaction des consommateurs augmente. L'amélioration de la qualité de l'information, en permettant au consommateur d'utiliser plus efficacement les ressources du ménage, peut être considérée comme équivalente à une augmentation du revenu. L'information de qualité a donc de la valeur.

L'information joue aussi un rôle juridique important car légalement, le fabricant ou le vendeur est responsables de la précision des renseignements inscrits sur l'étiquette. Si l'État exige qu'un énoncé relatif au rendement d'un produit ou à ses caractéristiques soit imprimé sur une étiquette, cette information devient partie intégrante de la garantie expresse qui est rattachée au produit. Ces garanties expresses peuvent ensuite servir de fondement à toute réclamation pour dommages à la personne ou à la propriété de même qu'à toute réclamation courante pour défaut de produit.

Nous nous pencherons ici sur la façon dont est divulguée l'information déjà connue plutôt que sur la recherche de base qui aboutit à des connaissances tout à fait nouvelles. On pourrait, par exemple,

étudier la nécessité de pousser les recherches sur la conception de tondeuses à gazon sûres ou sur les dangers des médicaments, mais il faudrait pour cela avoir des connaissances spécialisées sur des produits particuliers. Par contre, les problèmes que présente une possession inégale de l'information peuvent être analysés à l'aide de notions plus générales d'économique. De plus, la disponibilité inégale de l'information pose des problèmes généraux d'intérêt public.

Du point de vue de l'intérêt public, le rôle premier de l'information est d'empêcher les pertes inutiles qu'occasionnent les produits hasardeux. Lorsqu'une diffusion non optimale de l'information engendre une imperfection du marché, cette imperfection se manifeste par des taux de défectuosité trop élevés et des pertes trop importantes.

Afin de comprendre comment un marché peut ne pas réussir à fournir l'information nécessaire, nous allons d'abord classer l'information dont se sert le consommateur en trois catégories principales. Nous traiterons ensuite de la recherche à laquelle se consacre le consommateur et aborderons la distinction qui existe entre la quantité et la qualité de l'information. Nous exposerons les coûts et avantages qui entourent la recherche d'une meilleure information et discuterons de la valeur de l'information pour le consommateur peu instruit. Enfin, nous tracerons rapidement quelques lignes directrices sur le genre d'information susceptible d'être le plus utile au consommateur.

TYPES D'INFORMATION

Trois types d'information concernent le consommateur: l'information avant l'achat, l'information après l'achat et l'information donnée par des spécialistes. L'information avant l'achat comprend le prix de vente, la réputation du produit, les vertus annoncées et les qualités évidentes que l'on peut déterminer en inspectant ou en essayant le produit. L'information après l'achat s'obtient par l'expérience même du consommateur après l'achat du produit. Cette information a souvent une valeur limitée car le consommateur ne peut prendre connaissance des différences qui existent entre plusieurs produits, ce qu'une analyse statistique fondée sur un échantillonnage

important lui permettrait de faire. Son information s'appuie seulement sur l'unité ou la petite quantité qu'il a achetée.

Lorsque le consommateur n'a ni la formation, ni les compétences, ni les données fondamentales nécessaires pour évaluer certains aspects d'un produit, il doit recourir à des spécialistes pour obtenir de l'information. Par exemple, si un avocat perd la cause de son client, est-ce parce qu'il a mal fait son travail ou parce que le client était condamné à perdre de toute manière? Comment peut-on évaluer les réparations d'un mécanicien automobile, la valeur nutritive du pain blanc et du pain de blé entier, la résistance d'une voiture aux collisions, l'efficacité d'un détergent ou la valeur d'une garantie dont on ne s'est jamais prévalu? En ces matières, le consommateur doit faire appel à un expert indépendant ou se fier à la bonne foi du vendeur.

Prenons un exemple d'étiquetage informatif où la contribution de spécialistes est essentielle pour établir une information qui, par ailleurs, sera facile à comprendre pour le consommateur. Il s'agit des savons à vaisselle. Dans de nombreux ménages, la variable la plus importante est sans doute le coût du lavage d'une pile de vaisselle. Or on peut se tromper en achetant du savon en fonction du coût par bouteille ou du coût à l'once, puisqu'un produit plus cher peut contenir une beaucoup plus grande quantité de principe actif et donner par conséquent un rendement beaucoup plus élevé par dollar. Le consommateur peut difficilement évaluer cela par lui-même. Il a besoin de spécialistes l'informent au moyen de tests comparatifs. Après avoir testé diverses marques, on pourrait inscrire sur chaque étiquette le rendement réel du produit en indiquant par exemple le nombre de piles standard de vaisselle que peut laver une bouteille ou un contenant de 10 onces. Cette forme d'étiquetage existe déjà en France pour les shampoings (nombre moyen de shampoings par bouteille) et au Canada pour les peintures (nombre de pieds carrés de recouvrement par gallon). Lors d'une conversation avec le directeur du laboratoire d'essais de l'Association des consommateurs du Canada, nous avons appris que les chercheurs de cet organisme venaient de mettre du point une méthode rapide et économique d'évaluation du rendement des savons à vaisselle. L'Union américaine des consommateurs a déjà fait des tests comparatifs sur ces produits, mais sa méthode est plus coûteuse. Une fois qu'on aura adopté une façon uniforme de signaler le rendement des savons à vaisselle, on pourrait présenter les prix en termes de coût par usage et non plus en termes de coût par contenant ou de coût à l'once.

L'information avant l'achat et l'information après l'achat se chevauchent si des achats répétés sont faits pendant unecourte période. Si l'information après l'achat nous révèle que tel savon à vaisselle laisse une pellicule sur la verrerie, ce renseignement s'ajoute à l'information avant l'achat pour les prochaines emplettes. Toutefois, la fréquence des achats ne peut pas être le seule critère de continuité entre l'information avant l'achat et l'information après l'achat. Il faut aussi compter avec la mode et les changements technologiques. Même si un consommateur constate qu'un chemisier offre une très bonne résistance au froissement, ce renseignement ne lui sera guère utile si le chemisier est démodé au moment de l'achat suivant. Le consommateur ne le trouvera plus dans les magasins ou préférera sans doute choisir un modèle plus conforme au goût du jour.

Quant à la dépréciation que font subir les changements technologiques à l'information après l'achat, on peut en avoir une idée précise en songeant à l'équipement de ski, et particulièrement à l'équipement de ski alpin. Depuis au moins 15 ans, les caractéristiques et les méthodes de fabrication des skis et des bottines changent tous les ans ou tous les deux ans. La plupart des skieurs sont d'avis que ces changements rapides ont constitué un progrès, mais malheureusement, toute l'information recueillie depuis le dernier achat est d'ordinaire devenue inutile lorsque vient le temps d'acheter un nouvel équipement.

LA RECHERCHE D'INFORMATION ET L'ÉTIQUETAGE INFORMATIF

Le consommateur averti entreprend des recherches coûteuses pour recueillir de l'information avant l'achat. Ses intrants se composent du temps du ménage, d'une masse de capital humain et d'argent. Quant à l'extrant, il est formé de l'information qui pourra servir à augmenter l'efficacité du ménage. Le consommateur poursuit ses recherches jusqu'à ce que les avantages escomptés surpassent les coûts.

Le calcul des coûts et avantages du consommateur averti peut nous aider à trancher une question fort débattue: les consommateurs mettent-ils à profit l'information dont ils disposent déjà? Dans la négative, on pourrait se demander sérieusement s'il vaut la peine de les renseigner davantage.

Les critiques à l'endroit de l'étiquetage informatif sont basées spécifiquement sur des études de marché portant sur les articles d'épicerie. Ces études démontrent qu'en fournissant plus d'information sur des éléments comme la valeur nutritive des aliments, la teneur en phosphate des savons ou les prix unitaires, on ne change pas pour autant les habitudes d'achat des consommateurs. On se base ensuite sur ce genre d'étude pour affirmer que les consommateurs ne font pas leurs emplettes de façon rationnelle, qu'ils sont esclaves de leurs habitudes et qu'ils sont imperméables à l'information qui pourrait les aider à faire de meilleurs achats. Ce raisonnement est erroné. En effet, il ne se fonde pas sur un modèle économique qui expliquerait le comportement du consommateur en tenant compte de facteurs comme le coût de la recherche, la probabilité de bénéficier de recherches plus approfondies et le rôle du capital humain dans le traitement de l'information.

Le consommateur adopte un comportement tout à fait rationnel en achetant selon ses habitudes et en ne prêtant pas attention, du moins en apparence, à l'information apparaissant sur les étiquettes. Comme la cueillette et le traitement de l'information avant l'achat sont coûteux, le consommateur fera une quantité optimale de recherches avant de choisir chaque produit (il lira les étiquettes et comparera diverses marques). S'il deviat toujours procéder à de vastes comparaisons pour faire le meilleur achat possible, les coûts de la recherche dépasseraient sûrement les avantages escomptés. Au lieu de cela, le consommateur continue à faire ses achats rationnellement, en respectant ses habitudes, jusqu'à ce qu'il juge avantageux d'entreprendre une nouvelle recherche approfondie pour trouver un meilleur produit.

Il est impossible de mesurer avec précision l'impact d'un supplément d'information inscrit par exemple sur une étiquette en se fondant sur la proportion de consommateurs qui changent leurs habitudes d'achat. Il peut falloir du temps pour traiter ce supplément d'information et la rendre pleinement profitable, pour s'initier par exemple à un vocabulaire, à des symboles ou à des termes techniques nouveaux. Cette assimilation exige du consommateur

qu'il investisse une part du capital humain de son ménage, ce qui, de façon optimale, se fait sur une période de plusieurs années à un coût annuel très bas.

Les consommateurs n'utiliseront le supplément d'information inscrit sur les étiquettes informatives qu'au moment où ses avantages potentiels deviendront assez importants. Plus la période qui précède une nouvelle recherche est longue, plus les avantages courants de la recherche la plus récente s'accumulent. De même, plus la période qui sépare deux recherches est longue, plus les avantages potentiels de la seconde augmentent, à cause de l'introduction de nouveaux produits sur le marché. Le consommateur peut par conséquent se servir du supplément d'information inscrit sur les étiquettes tout en décidant de continuer d'employer la même marque pendant une période prolongée. Les changements de prix et les vertus vantées par la publicité auront moins d'effet sur le consommateur qu'au moment où il était moins bien renseigné.

L'étiquetage informatif peut cependant avoir un effet contraire et amener les consommateurs à changer plus souvent de marque pour accroître l'efficacité avec laquelle l'information peut être utilisée. Dans ce cas, les avantages potentiels d'une nouvelle recherche n'ont pas à être aussi grands pour pousser le consommateur dans cette voie. Cela s'applique surtout aux produits dont le rendement est semblable mais dont la durée utile diffère. Par exemple, si les étiquettes indiquaient la longueur de la ligne que peuvent écrire des stylos à bille avant d'être à sec ou la quantité de lavages standard que l'on peut faire avec un contenant de savon à vaisselle, les consommateurs changeraient probablement plus souvent de marque, car ils feraient leurs achats en fonction du coût entier et non du prix d'achat.

Une fois que le consommateur a terminé sa recherche et choisi son produit, il continue de recueillir de l'information qui pourrait l'inciter à entreprendre une nouvelle recherche. Cependant, il y consacre peu de temps et d'argent. En effet, s'il a décidé d'interrompre sa recherche et a fixé son choix sur un produit, c'est que les coûts d'une poursuite de la recherche étaient devenus supérieurs aux avantages. Les avantages diminuent progressivement; quant aux coûts, ils n'augmentent pas, mais ont tendance à demeurer constants ou à chuter à mesure que le consommateur connaît mieux le marché.

La réticence du consommateur à consacrer beaucoup de temps et d'argent à des recherches une fois que son choix est fait explique pourquoi, en publicité, on emploie si souvent le terme "nouveau". A lui seul, ce terme laisse supposer une bonne affaire et s'intègre très facilement à l'information que le consommateur reçoit. Le consommateur se trouve face à une nouvelle possibilité, à savoir que les avantages d'une nouvelle recherche pourraient maintenant être beaucoup plus élevés qu'auparavant. Dans la mesure où cette information est fautive, elle crée de la confusion et de l'inefficacité dans le ménage. Pour combattre cette confusion, le gouvernement américain a légiféré pour limiter l'emploi du terme "nouveau" à une période maximum de six mois pour un même produit.

Pour atteindre son but, la publicité doit, en utilisant la théorie de la recherche de l'information, tenter de rejoindre le consommateur lorsqu'il a pris la décision rationnelle de ne pas chercher de supplément d'information. La publicité pénètre dans la conscience du consommateur par le biais du divertissement. En réalité, ce divertissement constitue une prime offerte au consommateur pour avoir consacré du temps à écouter le message publicitaire. C'est en achetant l'attention du consommateur que la publicité atteint son but: suggérer qu'il est avantageux de choisir la marque annoncée de préférence à une autre.

Les divers effets que peut avoir l'information sur les habitudes d'achat du consommateur mettent en relief les différences qui existent entre la quantité et la qualité de l'information. L'information n'est pas désirée comme un bien en soi, mais comme un moyen d'accroître le bien-être du ménage. Si l'information permet à un ménage d'exploiter plus efficacement son temps, son argent et ses connaissances, alors il s'en servira.

Dans le cas de nombreux produits, il serait bon de s'attacher à la qualité de l'information plutôt qu'à la quantité. Par exemple, les fabricants offrent aux acheteurs éventuels une quantité considérable d'information sur les récepteurs stéréo et les magnétophones à cassettes. Toutefois, cette information n'est pas basée sur une méthode d'essai normalisée et les fabricants la présentent rarement de la même manière. Si l'on normalisait les méthodes d'essai et la présentation des résultats, on diminuerait les coûts de recherche tout en améliorant l'efficacité et la valeur de l'information. Les consommateurs ne changeraient pas nécessairement les composantes de leur chaîne stéréo plus souvent et n'adopteraient sans doute pas

majoritairement une marque de préférence à une autre. Mais l'amélioration de l'information aurait l'avantage de réduire les coûts de la recherche, d'augmenter la concurrence - puisqu'il serait plus facile de comparer diverses marques - et de permettre au ménage de trouver plus facilement ce qu'il veut et de réduire ses risques d'erreur.

LES VARIABLES ÉCONOMIQUES SOUS-JACENTES A LA RECHERCHE D'INFORMATION

Il est possible d'obtenir un aperçu des types d'information susceptibles d'aider les consommateurs à faire de meilleurs choix en examinant les avantages économiques dont dépendent les coûts et les avantages de la recherche d'information. Le principe fondamental est que la recherche d'information se poursuit tant et aussi longtemps que la somme des avantages dépasse la somme des coûts.

Coûts

Les coûts de la recherche sont influencés par trois variables:

- 1) la valeur du temps du consommateur;
- 2) ses dépenses;
- 3) l'efficacité avec laquelle il utilise son temps et son argent.

Moins le temps du consommateur est précieux, moins il bénéficie d'une activité autre que la recherche d'information. On peut donc s'attendre que les retraités, les pauvres, les personnes à faible revenu et les chômeurs passent plus de temps que le consommateur moyen à courir les aubaines.

Le consommateur dépense de l'argent de plusieurs façons pour obtenir de l'information. Il achète des journaux et des revues pour consulter des annonces et des comptes rendus d'essais. Il paie des frais de transport pour se rendre dans différents magasins. Il achète certains produits pour en faire l'essai afin de déterminer s'il devrait les utiliser régulièrement.

Pour pouvoir utiliser efficacement son temps et son argent, le consommateur doit être capable de transformer l'information brute en des choix qui amélioreront son bien-être. Cela dépend de son éducation ainsi que de la clarté, de la fiabilité et de la pertinence de l'information qu'il reçoit. Nous avons déjà abordé l'aspect qualitatif. Nous voudrions maintenant nous attarder un peu à la valeur de l'instruction dans le traitement de l'information.

Un supplément d'instruction rapporte au consommateur des avantages semblables à un supplément de revenu. En fait, un ménage à faible revenu possédant un niveau supérieur d'instruction va faire le même genre de dépenses qu'un ménage à revenu élevé ayant un niveau inférieur d'instruction. C'est peut-être la raison pour laquelle quatre étudiants d'université peuvent constituer un même ménage et vivre passablement à l'aise avec un revenu de 16 000 dollars (4 000 dollars par étudiant), en ayant à plusieurs égards le niveau de vie d'une famille beaucoup plus riche, alors que bien des familles de quatre personnes ont du mal à joindre les deux bouts avec un revenu similaire.

Les prestigieux Bureau national de recherche économique des États-Unis (National Bureau of Economic Research) a étudié l'effet positif du niveau d'instruction sur l'économie domestique. D'après les conclusions de l'étude, ceux qui ont un niveau supérieur d'instruction se comportent comme si leur revenu réel était plus élevé qu'il ne l'est en réalité, et ce même si leur revenu permanent demeure constant. Cela tend à prouver que l'instruction supérieure améliore la capacité de produire des biens utiles à partir d'un niveau donné de ressources extérieures au marché². En d'autres termes, les personnes relativement instruites peuvent consacrer des sommes proportionnellement moindres aux choses essentielles comme le logement et la nourriture et des sommes plus élevées aux biens de luxe comme le divertissement et les voyages. La structure de leurs dépenses suit en somme la même tendance que les personnes qui voient leur revenu augmenter.

On ne peut donc pas étudier l'information comme une entité isolée. Elle a un rapport direct avec le revenu et l'instruction. A partir de là, on peut imaginer trois moyens intimement liés d'améliorer le bien-être du consommateur:

- 1) augmenter son revenu,
- 2) hausser son niveau d'instruction,
- 3) améliorer la qualité de l'information reçue.

On se sert parfois de ces trois moyens pour atteindre un même but. Ce fut le cas récemment quand le gouvernement a offert de l'aide aux contribuables qui voulaient améliorer l'isolation de leur maison pour économiser de l'énergie. En versant des subventions à ceux qui participaient au programme, il a augmenté leur revenue. Il a distribué des dépliants éducatifs et fait paraître des annonces dans les journaux pour informer les consommateurs des économies que l'amélioration de l'isolation rend possible. Enfin, il a mis au point un système d'évaluation des matériaux d'isolation basé sur un facteur R et fixé des normes établissant des facteurs R pour les murs, les plafonds et d'autres parties de la maison. Cet exemple illustre bien comment l'étiquetage informatif, lié à des subventions et à une bonne compagne éducative, peut aboutir à un solide programme global.

Avantages

Les avantages d'une poursuite de la recherche d'information dépendent de quatre variables:

- 1) la fluctuation du prix de vente,
- 2) la fluctuation des avantages futurs d'une fiabilité accrue,
- 3) la valeur du temps que prendrait le consommateur,
- 4) l'importance de l'information professionnelle et de l'information après l'achat.

Premièrement, illustrons la fluctuation du prix de vente en comparant des maisons et des tomates. Le prix des maisons varie de plusieurs milliers de dollars tandis que celui des tomates ne varie que de quelques cents. De toute évidence, on peut épargner beaucoup plus d'argent en cherchant longuement une maison que des tomates. De même, le supermarché qui achète des tomates à la tonne fera des recherches plus intensives qu'un simple ménage.

Deuxièmement, l'augmentation de la fiabilité permet d'économiser sur les achats futurs et le temps du ménage. Plus une voiture est fiable, moins le consommateur doit faire de visites exaspérantes au garage et moins il doit assumer de frais de réparation. Si le consommateur croit que la fiabilité d'un produit

varie beaucoup d'une marque ou d'un modèle à l'autre, il cherchera plus longuement celui qui lui donnera le meilleur rapport fiabilité-prix.

Troisièmement, plus le temps du consommateur est précieux, plus il tiendra à ne pas le perdre en faisant faire des réparations ou en magasinant pour trouver un produit de remplacement. Il entreprendra donc dès l'abord une recherche intensive. Toutefois, il pourrait être tenté de ne pas le faire étant donné la valeur de chaque minute passée à chercher.

Quatrièmement, s'il s'agit d'un produit que l'on achète fréquemment, l'information après l'achat peut souvent remplacer l'information avant l'achat. Prenons le cas d'une personne qui achète une nouvelle marque de gomme à mâcher pour obtenir de l'information. On devine qu'elle aurait eu peu d'intérêt à entreprendre une longue recherche avant son achat. D'autre part, si l'information sur le rendement se situe dans la catégorie des services professionnels - s'il s'agit par exemple de choisir un médecin, un plombier ou un avocat - les avantages que le consommateur pourrait retirer d'une recherche prolongée seraient sans doute assez faibles. C'est pourquoi ces choix se font souvent sur la recommandation d'un ami ou simplement en consultant l'annuaire téléphonique.

LE CONSOMMATEUR PEU INSTRUIT

Certains critiques soutiennent que l'étiquetage informatif et l'amélioration de l'information aident la classe moyennement mais ne sont d'aucune utilité pour les consommateurs défavorisés et peu instruits. Ralph Winter par exemple énonce, dans une critique à l'endroit de Ralph Nader:

"Même si le mouvement de protection du consommateur semble dirigé contre l'établissement, une étude plus attentive nous porte à penser qu'il peut s'agir surtout d'un instrument idéologique forgé par la classe moyenne supérieure à tendance libérale. Bien sûr, la loi peut obliger les producteurs à fabriquer de "meilleurs" produits, mais non sans augmentation de prix. Elle peut aussi obliger les fabricants, sur le dos du consommateur, à diffuser sur ces produits une information détaillée qui profite aux gens

très instruits. Toutes ces mesures doivent diminuer la production, et particulièrement la production massive de produits bon marché³." (C'est nous qui soulignons.)

La loi devriat-elle obliger les producteurs à fabriquer de meilleurs produits, et cela aurait-il les effets prédits par Winter? Dans un sens, c'est là le thème central de la présente étude. C'est pourquoi nous ne répondrons pas à cette partie de sa critique, sinon pour souligner qu'il traite toute la question de la qualité de produits d'une manière beaucoup trop simpliste. En revanche, nous nous attarderons à son affirmation selon laquelle l'information détaillée sur les produits profite aux gens très instruits.

Nous pouvons analyser l'effet de l'étiquetage informatif sur le consommateur peu instruit à la lumière du rapport qui existe entre l'information, l'instruction et le revenu. Même si l'on endosse l'affirmation de Winter, la seule chose que l'on puisse conclure est que si un programme ne se concentre que sur l'étiquetage informatif et néglige les possibilités de subventions ou d'amélioration de l'instruction, il n'aidera pas les consommateurs à faire plus de revenu. La solution ne consiste donc pas à éliminer l'étiquetage informatif comme une chose inutile, mais plutôt à mettre sur pied des programmes qui combineront de façon plus efficace l'information, les suppléments de revenue et l'instruction.

Il ne faudrait pas oublier non plus qu'à long terme, la diffusion d'une meilleure information rehaussera le niveau d'instruction des consommateurs. Au début, ceux-ci accorderont peu d'attention à l'information nouvelle car il leur faudra souvent investir du temps pour apprendre à bien l'utiliser. Mais après quelques années, ils seront mieux en mesure de la trier et en tiendront de plus en plus compte avant de prendre des décisions.

De plus, une grande part de l'amélioration des étiquettes pourrait bien ne jamais faire monter les coûts de production puisqu'il s'agit simplement de remplacer une information de qualité médiocre par une information de qualité supérieure, et non de trouver à grands frais de l'information nouvelle. Si ce processus aide les consommateurs de la classe moyenne sans nuire aux autres groupes, il faudrait l'accepter en vertu du critère de Pareto.

Par ailleurs, considérer que l'étiquetage informatif n'est d'aucune utilité pour le consommateur peu instruit semble souvent provenir d'une confusion entre l'aspect qualitatif et l'aspect quantitatif de l'information. Nous avons déjà souligné qu'il fallait viser à améliorer la qualité de l'information, et non pas seulement en diffuser davantage. Le cas de la compagnie Maytag, fabricante de laveuses, illustre comment une information de qualité, présentée cette fois sous la forme de livrets d'instruction, peut aider le consommateur peu instruit.

La compagnie Maytag a découvert u'environ 30 p. cent des appels reçus par le service des garanties étaient inutiles, ce qui entraînait des pertes d'argent importantes. La compagnie était également convaincue que ses livrets d'instruction étaient très bien conçus, mais deux incidents rapportés par le président lui ont laissé entendre qu'ils pourraient être améliorés:

"Une femme nous a envoyé une brassée de lavage pour nous prouver que sa laveuse abîmait complètement ses vêtements. Nous avions l'impression que ces dommages provenaient d'un usage non judicieux d'eau de Javel. Quel n'as pas été notre effarement quand elle nous a déclaré carrément que de toute sa vie, elle n'avait jamais employé d'eau de Javel, mais qu'elle se servait plutôt de Clorox! Une autre femme nous a envoyé quelques échantillons de son lavage en nous précisant que sa machine ne nettoyait tout simplement pas ses vêtements. Un simple coup d'oeil nous a suffi pour constater qu'elle avait tout à fait raison. Nous avons donc lavé les vêtements en question dans notre laboratoire, en suivant les méthodes habituelles. Ils ont retrouvé une blancheur éclatante. Un de nos économistes est allé rencontrer cette ménagère et a appris, après une brève discussion, qu'elle n'utilisait ni savon, ni détergent, ni agent de blanchiment. N'avait-elle pas acheté une laveuse automatique? Si elle devait y mettre du savon ou du détergent, en quoi la machine était-elle automatique? Ces deux lettres ont achevé de nous convaincre que nos livrets d'instruction n'étaient peut-être pas aussi faciles à comprendre que nous l'avions cru, surtout pour ceux qui ne connaissent pas bien l'anglais⁴."

La compagnie Maytag a réagi en modifiant ses livrets d'instruction de façon qu'ils soient rédigés dans un langage plus clair et plus concis et qu'ils contiennent davantage d'illustrations. Elle a ensuite fait des essais en soumettant divers livrets à des consommateurs peu instruits. Non seulement les nouvelles instructions permettent-elles maintenant à la compagnie d'épargner, mais elles aident les consommateurs à prendre eux-mêmes quelques mesures correctives, ce qui leur évite de devoir se passer de leur appareil en attendant une visite inutile du réparateur.

LIGNES DIRECTRICES

A partir de nos remarques sur les coûts et avantages de la recherche d'information, nous pouvons maintenant établir des lignes directrices sur le type d'information susceptible d'être utile au consommateur. S'agissant des coûts, nous voyons que toute initiative qui réduit le temps de recherche en réunissant de l'information sur les prix ou le rendement est utile. Si l'information est facile à comprendre, c'est encore mieux. Cette dernière affirmation vous semble être un truisme? Songez aux cercles, carrés et triangles indéchiffrables qui sont censés indiquer aux consommateurs canadiens comment prendre soin de leurs vêtements, et vous admettrez que même les principes les plus élémentaires ont besoin d'être répétés encore et encore. S'agissant des avantages, nous savons que l'information sur la fiabilité et les types de panne ou de bris est très utile, surtout aux consommateurs dont le temps est le plus précieux, c'est-à-dire ceux dont le revenu est élevé.

Lorsqu'un consommateur doit recourir à des spécialistes pour évaluer les propriétés d'un produit ou d'un service, il est embarrassé puisqu'une poursuite des recherches présenterait très peu d'avantages. Il serait donc excellent de diffuser de l'information qui résulte d'une évaluation professionnelle. Cela impliquerait naturellement que l'on insiste davantage sur l'évaluation des produits de consommation et sur l'inscription d'indices de rendement sur les étiquettes. Quant aux services, nous devrions pouvoir les évaluer autrement qu'en rendant une première visite à un médecin ou à un avocat ou en constatant, après coup, la valeur des qualifications du plombier ou du mécanicien automobile...

CHAPITRE 7 - L'INFORMATION ET L'IMPERFECTION DU MARCHÉ

Dans le chapitre précédent, nous avons parlé de la recherche d'information, sans toutefois insérer l'information dans l'ensemble du modèle concurrentiel. Un des principaux objectifs de l'information est d'empêcher les défauts inutiles. Cependant, on ne pourra les ramener à un niveau optimal que dans la mesure où on produira une quantité optimale d'information. Dans le modèle concurrentiel, l'information est considérée comme une denrée ordinaire. Pourtant, elle possède certaines caractéristiques très spéciales qui l'empêchent d'être produite en quantité optimale, ce qui crée une grave imperfection du marché et milite a priori en faveur d'une forme quelconque d'intervention gouvernementale.

L'INFORMATION CONSIDÉRÉE COMME UN BIEN COLLECTIF

Deux caractéristiques distinguent l'information des denrées ordinaires (pneus, grille-pain, tomates...) qui sont achetées et vendues sur le marché libre. D'abord, si une personne utilise de l'information, elle n'en diminue pas la quantité accessible aux autres. Les réserves en sont inépuisables. Ensuite, la formation d'un marché libre de l'information implique des coûts de transactions élevés. Il est très coûteux d'empêcher les gens d'obtenir de l'information gratuitement une fois qu'elle a été transmise à certains d'entre eux. On qualifie de resquilleurs ceux qui obtiennent ainsi de l'information à peu de frais ou gratuitement. Si un bien est accessible aux resquilleurs et peut aussi être employé sans que sa quantité diminue, il porte alors le nom de bien collectif. L'information est donc un bien collectif.

Nous pouvons expliquer cela très simplement. Supposons qu'un fabricant d'automobiles sache qu'un de ses produits présente un défaut dangereux pour la sécurité des consommateurs. Nous pourrions étudier à ce sujet le jugement par lequel un jury de Californie a récemment condamné la compagnie Ford à verser une somme de 128.5 millions de dollars, plus tard ramenée à 6.5

millions, à M. Richard Grimshaw¹. En 1972, M. Grimshaw se trouvait dans une Ford Pinto quand celle-ci fut heurtée à l'arrière. Le réservoir d'essence de la Pinto éclata et le passager subit des brûlures sur 90 p. cent de la surface du corps. Au cours des six années subséquentes, il fut opéré une soixantaine de fois. En cour, on alléguait que la compagnie Ford savait, d'après ses propres tests de collisions, que le réservoir d'essence était mal placé et pouvait laisser passer des fuites dangereuses, mais qu'elle avait décidé de ne pas dépenser pour chaque voiture les 11 dollars nécessaires à la correction de ce défaut. Ford avait calculé que la valeur économique des pertes de vie et des frais hospitaliers n'atteignait que trois dollars par voiture, et que par conséquent, il n'était pas "économique" d'améliorer la sûreté des véhicules. Soulignons immédiatement que la compagnie Ford s'est trompée en ne calculant pas le facteur coût du risque supplémentaire auquel les consommateurs étaient exposés. On peut probablement affirmer que s'ils avaient été bien mis au courant des risques, la plupart des consommateurs n'auraient pas hésité à payer huit dollars de plus*.

En fait, Ford aurait pu diffuser l'information sur le danger que présentaient ses réservoirs d'essence puisqu'elle le connaissait. Le coût de la photocopie aurait été très bas. Pour que cela en vaille la peine, il aurait fallu que deux conditions soient remplies. D'abord, Ford devait avoir un moyen de s'assurer que ceux qui achetaient l'information ne la transmettraient pas à d'autres, à des resquilleurs. Ensuite, la compagnie n'aurait pas fait payer seulement le coût social de la reproduction de l'information, coût qui aurait été négligeable. Il lui aurait fallu faire payer aussi ses coûts privés, c'est-à-dire les ventes perdues au profit d'autres fabricants en raison du risque présenté par ses voitures et les frais découlant des poursuites judiciaires que le gouvernement intenterait peut-être contre elle. Inutile de préciser, donc, que Ford aurait vendu cette information à un prix très élevé. Après tout, elle aurait fort bien pu valoir la somme que la compagnie avait d'abord été condamnée à payer, soit 128.5 millions de dollars. En outre, il est très difficile de vendre de l'information si, de par sa nature, elle ne peut être décrite au préalable à l'acheteur.

*Selon les calculs de Ford, le consommateur moyen qui mourait prématurément ou souffrait de brûlures graves n'aurait économisé que trois dollars en frais hospitaliers et en pertes de revenu.

Les coûts sociaux qu'aurait eu à assumer la compagnie Ford pour diffuser l'information n'auraient pas été, mis à part les frais de photocopie, des coûts sociaux réels, mais le fruit d'une redistribution du revenu de la compagnie à d'autres personnes ou compagnies. Les coûts sociaux réels de la diffusion de l'information sont négligeables. Dans des situations semblables, ou bien le marché de l'information n'apparaît pas, ou bien l'information est vendue à un prix qui dépasse de beaucoup son coût réel pour la société. D'une façon ou d'une autre, le marché libre ne se prête pas très bien à l'information car elle présente les caractéristiques d'un bien collectif.

Cette situation engendre une imperfection du marché. L'exemple pratique du procès Grimshaw ne fait que renforcer les règles théoriques que les économistes ont établies il y a plusieurs années sur l'offre insuffisante de biens collectifs². Cette concordance entre la théorie et la pratique fournit un appui rassurant à la présente analyse normative, dans laquelle nous insistons sur l'importance de l'information sur les produits hasardeux.

Le fait qu'il se produise une imperfection du marché ne signifie toutefois pas que l'État devrait produire ces biens collectifs. Il est tout à fait possible que certains réaménagements structurels ouvrent des secteurs du marché beaucoup mieux que ne le ferait une intervention gouvernementale. Ainsi, les signaux de télévision présentent les caractéristiques d'un bien collectif. Quiconque possède un récepteur peut regarder une émission sans diminuer la quantité de signaux disponibles pour les autres personnes, et il est impossible d'empêcher quiconque de capter des signaux normaux. Pourtant, la télévision privée existe.

Le principal problème de la télédistribution vient du resquilleur et est lié aux droits de propriété sur le signal transmis et à la manière dont il est transmis. Si le gouvernement donne ou vend un droit de câblodistribution, il est alors possible de percevoir des droits pour l'écoute des émissions et d'exclure les propriétaires d'appareil qui n'en versent pas. Toutefois, l'élimination des resquilleurs entraîne des coûts de transactions, notamment ceux de l'installation d'un réseau de câblodistribution. On peut aussi percevoir une taxe sur les appareils de télévision, comme en Angleterre, permettre l'émission de signaux codés qui ne peuvent être captés qu'à l'aide d'un décodeur, comme dans certaines parties des États-Unis, inclure des messages publicitaires dans les émissions,

recevant ainsi de l'argent des annonceurs tout en obligeant le consommateur à consacrer une partie de son temps à regarder les annonces, ou subventionner les émissions de télévision à même les fonds publics.

Comme nous le montre cet exemple, il existe de nombreuses façons de régler el problème des biens collectifs, notamment celle qui consiste à restructurer le marché libre et à y recourir.

Bien que nous ayons attribué l'imperfection du marché à une offre insuffisante d'information, il faudrait préciser que nous aurions besoins non pas d'une information plus abondante, mais d'une information de meilleure qualité, c'est-à-dire d'une information qui permettrait à la société de poursuivre ses activités à un moindre coût. On pourrait légitimement se plaindre qu'il existe trop d'information sur certains produits et que cela ne fait pas semer la confusion chez les consommateurs. Une meilleure information leur permettrait de prendre des décisions plus éclairées. Il faudrait évaluer la quantité d'information diffusée en termes d'efficacité et non de volume.

NON-CONVEXITÉ ET FOURNISSEURS

Le modèle de la concurrence parfaite pose que les petits producteurs ne seraient pas plus efficaces s'ils étaient beaucoup plus gros, hypothèse que nous avons désignée par le mot "convexité". Nous voulons maintenant savoir se cette hypothèse peut s'appliquer à la production d'information*. A cette fin, nous considérerons le fabricant, le détaillant et le mélange comme des producteurs d'information.

Nous étudierons d'abord le cas des détaillants et des manufacturiers et verrons que leur production d'information et largement non convexe. Ces

*Le lecteur qui aurait oublié ce que l'on entend par "convexité" se reportera à l'exposé de la p. Nous parlons de non-convexité quand l'hypothèse ne se vérifie pas. Si tant de ménages et d'entreprises se trouvent dans une situation de non-convexité quand ils produisent de l'information, c'est en grande partie parce les unités de grande envergure peuvent produire de l'information à un coût inférieur. Il y a en effet économie d'échelle.

non-convexités sont considérées comme des causes majeures d'imperfection du marché. En plus d'identifier cette cause d'imperfection, nous verrons aussi qu'on pourrait améliorer la situation en mettant à profit les possibilités d'économies d'échelle.

Dans un essai classique, T. Koopmans a étudié de près le rôle que joue la convexité dans la théorie et le fait qu'elle ne constitue peut-être pas une hypothèse valable quand on l'applique à des situations concrètes. Voici ce qu'il dit:

"Les hypothèses de convexité sur les possibilités d'apport ou de production et sur les préférences sont, en un sens, les hypothèses minimum qui garantissent l'existence d'un système des prix qui permette, ou qui soutienne, la décentralisation de décisions compatibles et efficaces³.

"On ne peut prétendre que de telles hypothèses soient réalistes. Elle ne peuvent exprimer les avantages qu'on peut obtenir dans la production, l'expérience l'a montré, en traitant les ressources sous forme de parties indivisibles et coordonnées d'un important équipement en capital....⁴

"Il semble alors que le mieux soit de considérer la convexité des ensembles de production et des structures de préférence comme un problème empirique que l'on résoudra, au mieux, dans chaque situation⁵."

Nous allons suivre la démarche de Koopmans en essayant d'ajouter au débat des exemples réels de non-convexité qui se rapportent à la production d'information. Le lecteur doit se rappeler que si les grosses entreprises peuvent produire de l'information à un coût moindre que les petites, ces économies d'échelle sont définies comme des cas de non-convexité.

La taille des fabricants de produits de consommation varie énormément. A côté de géants comme la General Motors et RCA, il existe de petites est l'importance des sommes qu'il peuvent allouer à la recherche et au développement. Nombre de petits fabricants ne disposent pas de ressources suffisantes pour produire leur propre information sur la fiabilité et la sûreté de leurs produits.

Certaines études de la U.S. Consumer Product Safety Commission viennent étayer cette thèse. La Commission s'est demandé pourquoi, dans l'industrie du matelas, les règlements sur l'étiquetage et la sécurité étaient aussi mal respectés. Au cours de l'année financière 1975, 19 p. cent des entreprises inspectées avaient commis des infractions⁶. La Commission s'est rendu compte que cette industrie était formée de nombreuses petites entreprises qui comprenaient mal leurs responsabilités à l'égard de la loi. Il semble qu'en raison, surtout, de leur petite envergure, elles omettaient souvent de faire de essais de prototype et de poser des étiquettes, procédaient à des essais de production insuffisants et tenaient mal leurs registres. La Commission s'est aussi penchée sur le respect des normes d'inflammabilité dans l'industrie du vêtement de nuit pour enfants⁷. Elle a constaté que parmi les plus petites entreprises, le taux d'infraction atteignait 50 p. cent alors qu'il était plus faible - 38 p. cent - parmi les entreprises plus importantes. Le taux d'infraction dans chaque catégorie diminue à mesure que s'accroît le pourcentage de la production que l'entreprise consacre aux vêtements de nuit.

Il semble que les petites entreprises transforment souvent les coûts des essais en coûts externes en se servant du public comme cobaye. D'autre part, lorsqu'elles offrent des garanties, elles s'en servent souvent pour pallier une mauvaise conception initiale et pour remplacer le contrôle de la qualité de la chaîne de production. Il s'agit là d'une imperfection du marché causée par une non-convexité de la production d'information en matière de recherche et de développement.

En 1950, la Marine américaine, préoccupée par la fiabilité des torpilles, s'est intéressée au problème des petits fabricants qui ne réussissent pas à obtenir la grande quantité d'information nécessaire à la création de produits fiables⁸. Chaque torpille est fabriquée à partir d'environ 14 000 pièces provenant de diverses compagnies. La Marine était convaincue que si les compagnies spécialisées dans la fabrication des torpilles pouvaient obtenir de l'information sur la fréquences des défauts et les caractéristiques des pièces originales et des pièces de rechange, la fiabilité des torpilles s'améliorerait de beaucoup. Toutefois, les quelques milliers de fabricants concernés jugeaient que les coûts de transactions exigés par la création d'un marché libre pour cette information étaient trop élevés pour que

l'initiative soit rentable. Une fois encore, il y avait donc non-convexité dans la production d'information.

Comme il y avait imperfection du marché libre, le gouvernement intervint en créant un système informatisé connu sous le nom de Government Industries Data Exchange Program (GIDEP)⁹. Ce programme a pris une telle expansion que maintenant, environ 8 000 compagnies participantes peuvent consulter une liste de plus de 180 000 pièces. L'ingénieur d'une compagnie, petite ou grosse, peut maintenant obtenir des données sur la fréquence des défauts d'un nombre considérable de pièces. Malheureusement, même si l'information est gratuite, elle n'est disponible que pour les entreprises liées par contrat au gouvernement. Toutefois, l'essentiel est que l'intervention du gouvernement ait permis de remédier à l'imperfection du marché et de tirer profit des économies d'échelle.

Les détaillants peuvent eux aussi bénéficier des économies d'échelle dans le domaine de l'information. En principe, étant donné leurs plus grandes ressources et leur plus grande spécialisation, ils sont censés manifester des compétences particulières dans l'achat des produits de consommation. Plus le détaillant fait du bon travail, plus il devrait avoir de succès. Les magasins comme Eaton, Simpson-Sears et La Baie se sont bâtis une réputation en éliminant de leurs étalages les produits les plus mal conçus et en offrant de solides garanties contre les défauts possibles. Cela corrobore l'assertion selon laquelle les gros détaillants peuvent, mieux que les petits, produire ou recueillir de l'information sur le rendement des produits parce qu'ils sont en mesure de réaliser des économies d'échelle. En outre, le consommateur recherche les marques de commerce, généralement associées aux gros détaillants et producteurs, car elles indiquent que le magasin possède une capacité minimale de profiter des économies d'échelle pour offrir des produits de meilleure qualité. Une marque de commerce est en effet une façon de se servir d'une étiquette pour véhiculer de l'information sur le rendement probable d'un produit.

Les programmes axés sur l'étiquetage informatif et l'expérimentation du rendement des produits sont habituellement considérés comme avantageux seulement pour les consommateurs. Toutefois, il ressort de notre argumentation qu'une meilleure information sur les produits pallierait le manque de connaissances techniques des petits producteurs et des petits détaillants.

Les discussions que j'ai eues avec des personnes qui achètent et testent des produits ont achevé de me convaincre que le manque de connaissances techniques nuit aux petites entreprises. Ainsi, le président de la Retail Research Foundation m'a fait remarquer lors d'un entretien que dans un grand nombre de cas, les préposés aux achats n'ont pas les connaissances techniques nécessaires pour établir des comparaisons valables entre divers produits, et cela même si ce sont des spécialistes attachés à de grands magasins*.

Un exemple du travail de cet organisme nous aidera à comprendre le genre de problèmes auquel l'acheteur professionnel doit faire face. Un détaillant s'apprêtait à commander des milliers de paires de bottes d'hiver en vinyle. A la dernière minute, il a demandé à la fondation d'en faire l'essai. Il s'est avéré que le vinyle se fendillait à quelques degrés au-dessous du point de congélation. Les bottes auraient pu convenir aux hivers de Vancouver ou aux étés du reste du Canada, mais elles n'auraient sûrement pas résisté aux rigueurs des hivers de l'Ontario. Le détaillant n'a pas passé sa commande, ce qui a certainement évité quelques problèmes aux consommateurs.

Il semble pertinent de poser trois questions à la suite de cette anecdote. Premièrement, combien de détaillants ont acheté ces bottes sans en connaître les défauts? Deuxièmement, le fabricant savait-il que son produit était défectueux? Selon M. Boyd, il s'agissait d'un petit fabricant qui n'avait pas fait assez de recherches pour que son produit soit adapté au marché canadien et qui avait agi plus par ignorance que par malhonnêteté. Troisièmement, ce produit n'aurait-il pas dû être accompagné d'une étiquette mentionnant le taux de résistance du vinyle au froid? A partir de ces faits, on constate que l'information sur le rendement du produit aurait été aussi utile au fabricant qu'au détaillant.

Une fois que l'on a compris la nécessité d'organismes comme la Retail Research Foundation, il est intéressant de voir que l'étiquetage informatif et la multiplication des essais comparatifs pourraient avoir des effets extrêmement bénéfiques avant même que les

*La fondation a été créée en 1976, en Ontario, par un groupe de détaillants qui voulaient obtenir des résultats de tests comparatifs. L'auteur a rencontré M. James Boyd, président de la fondation.

produits ne parviennent jusqu'au consommateur. Comme la plupart des discussions sur ces deux questions se concentrent d'ordinaire sur le fait que les consommateurs pourraient prendre des décisions plus éclairées, les effets positifs que les détaillants et les fabricants tireraient d'une amélioration de la situation ajoutent une nouvelle dimensions au débat.

LA NON-CONVEXITÉ ET LA PRODUCTION DU MÉNAGE

En 1912, Wesley C. Mitchell parlait du ménage comme unité de production¹⁰, dans un exposé sur ce qu'il appelait l'art mal maîtrisé de la dépense. Il faisait en outre quelques remarques fort éclairées sur ce que nous désignons maintenant sous le nom de "convexité":

"Dans le monde moderne, faire de l'argent et le dépenser sont deux arts qui dépendent étroitement l'un de l'autre. De ces deux arts, celui de dépenser est considéré comme le plus agréable et le plus facile. Pour la plupart d'entre nous, ce n'est certes pas le moins importants. Quelques privilégiés font bien sûr assez d'argent pour le dépenser en dilettantes sans en souffrir, mais la grande majorité pourraient tout autant améliorer leur sort en dépensant avec plus d'intelligence qu'en ayant des revenus plus abondants.

Et pourtant, nous maîtrisons moins bien l'art de dépenser que celui de faire de l'argent. Le bon sens nous interdit de gaspiller les dollars accumulés au prix d'efforts ingrats, et malgré tout, nous nous permettons les pires extravagances. Nous administrons notre ménage en ignorant la qualité des produits, en négligeant la comptabilité, en ne tenant pas compte des prix. En somme, nous commettons des erreurs qui ruinerait un marchand. Bon nombre d'entre nous savent à peine ce qui advient de leur argent, alors qu'en tant que citoyens instruits vivant dans une économie monétaire, ils devraient planifier leurs dépenses aussi soigneusement que leurs revenus¹¹."

Les commentaires de Mitchell ont été corroborés par une expérience menée auprès de 33 femmes qui, toutes, avaient fait au moins un an d'études collégiales et faisaient régulièrement des emplettes depuis au moins un an¹². On leur a demandé de choisir les 20 meilleurs achats possibles parmi des articles habituellement offerts dans des supermarchés et ce, en ne tenant compte que du prix et de la quantité. Elles ont fait de mauvais choix dans 43 p. cent des cas, dépensant en moyenne 10 p. cent de plus qu'il n'aurait été nécessaire. Ces ménagères instruites avaient 50 minutes pour faire leurs 20 choix; pour sa part, le consommateur moyen achète 32 articles en 15 ou 18 minutes parmi les 8 000 articles qu'un supermarché ordinaire a sur ses étalages.

Mitchell laisse entendre que l'efficacité du ménage est très faible par rapport à celle d'une entreprise commerciale courante. En effet, le ménage est trop petit pour que les tâches soient réparties entre ses membres et pour que chacun devienne spécialiste dans son domaine. Mitchell dit à ce sujet:

"Les tâches de la ménagère sont beaucoup plus variées que celles que la plupart des hommes se voient confier au sein d'une entreprise commerciale. Elles doivent acheter du lait et des chaussures, des meubles et de la viande, des revues et du combustible, des chapeaux et des sous-vêtements, de la literie et des désinfectants, des services médicaux et des jouets, des tapis et des bonbons. Évidemment, personne ne peut posséder des connaissances approfondies sur la qualité et les prix d'une telle variété d'articles. Comme il est facile de présenter bon nombre de ces articles en cachant les défauts de matériaux et de fabrication, l'acheteur est souvent forcé de juger de la qualité d'un produit par son prix ou de se fier aux promesses intéressées des annonceurs et des commerçants.

"Dans bien des cas, les achats sont faits sur une petite échelle, ce qui empêche de tester les produits avant de les acheter. De plus, bien des articles doivent être achetés rapidement, peu important l'endroit et le prix. Si ce travail pouvait être effectué pour plusieurs familles par une entreprise commerciale, il pourrait être réparti parmi un certain nombre de sections, chacune

pratiquant une répartition détaillée du travail. L'intendance serait formée de préposés aux achats et de chimistes compétents qui consacrerait toute leur journée de travail à faire des achats et des essais de viandes, de légumes et d'articles d'épicerie. On retrouverait aussi le service immobilier et foncier, le service des meubles, le service du chauffage et de l'éclairage, du nettoyage, des vêtements, de la garderie et d'autres encore, tous formés de spécialistes capables de résoudre leurs problèmes propres et disposant du temps et des possibilités nécessaires pour vérifier la qualité des produits et trouver les prix les plus bas. Aujourd'hui, une famille seule ne peut pas plus se permettre de diviser le travail de cette façon pour combler ses besoins de consommation que ne pouvait le faire une famille de pionniers pour remplir ses responsabilités en matière de production¹³."

Incapable de réaliser des économies d'échelle apr la répartition du travail, la famille doit aussi assumer la corvée que représente la gestion du ménage. Mitchell compare le ménage à la petite entreprise car ces deux unités sont aux prises avec des déséconomies en raison de leur petitesse.

"Dans les grandes entreprises, les problèmes se règlent plus aisément. Celui qui prend les décisions, qui établit les directives, qui doit faire preuve d'un bon jugement ne se sert de ses mains que pour apposer sa signature. Il est dispensé de toutes les tâches ingrates et protégé de tous les dérangements inutiles. Un des handicaps de la petite entreprise est que le responsable de la gestion doit aussi tenir les livres, s'occuper du courrier ou travailler dans l'atelier. Son énergie s'éparpille car il doit exécuter unemultitude de tâches. Dans la plupart des foyers, la ménagère subit les mêmes inconvénients. Si elle n'a pas de domestique, ell edoit s'occuper elle-même de la cuisine, du balayage, du reprisage et des emplettes, s'occuper des enfants et distraire son mari. Cela lui laisse bien peu de temps et d'énergie à consacrer à la gestion du ménage proprement dite. Les gens fatigués s'enlisent dans l'ornière. Une escalve du ménage peut difficilement être aussi une bonne gestionnaire¹⁴."

La petite entreprise a de la difficulté à prospérer face à la concurrence. Chaque année, des milliers de petites entreprises font banqueroute; seules les efficaces parviennent à survivre. Cela permet aux meilleures pratiques commerciales de se répandre par l'entremise des mécanismes dynamiques du marché. Ceux qui font preuve de créativité et d'efficacité sont récompensés, et les autres doivent suivre leur exemple s'ils veulent réussir. Il n'en va pas de même pour les ménages. Mitchell fait remarquer à ce propos:

"Les exigences de la vie familiale nous empêchent de faire pleinement usage de nos meilleurs cerveaux domestiques. L'intelligence, le talent et l'énergie débordante de la ménagère hautement compétente ne peuvent pas remettre en ordre les ménages désordonnés de voisines ineptes. Ces voisines, et même leur mari, ont tendance à considérer les critiques de leur incurie - si pertinentes et constructives soient-elles - comme des ingérences importunes. La femme passionnée de saine gestion ne peut pas obliger ses sœurs moins progressistes à adopter ses méthodes, contrairement au publicitaire qui, par son esprit d'initiative, peut ramener dans le rang ses rivaux réticents. La ménagère compétente ne peut pas se gagner les maris des mauvaises gestionnaires, contrairement au commerçant compétent qui peut, lui, attirer les clients des marchands qui le sont moins. Même si des individus isolés apprennent à dépenser judicieusement, nous condamnons cette capacité à ne pas rayonner au-delà des murs du foyer¹⁵."

Si Mitchell écrivait aujourd'hui, il parlerait davantage du chef de ménage que de la ménagère. Mais il reste que ses commentaires, même s'ils de 1912, ne semblent pas dépassés.

Le modèle de la concurrence parfaite pose qu'il n'y a pas d'économies d'échelle à réaliser et part de cette hypothèse pour aboutir à un optimum de Pareto. Nous avons étudié la convexité de façon empirique et nous avons conclu qu'elle ne s'appliquait pas à la production d'information, qu'il s'agisse de détaillants, de fabricants ou de ménages. Dans ce cas, il ne faut pas essayer de corriger l'imperfection du marché en prenant comme modèles des organismes concurrents théoriques, car ces organismes ne sont pas définis. L'hypothèse de la convexité est une nécessité d'ordre mathématique; elle ne vise pas à décrire un

était de fait. Nous pouvons au mieux tenter de reproduire les résultats de la convexité, c'est-à-dire de procurer aux petites entreprises et aux ménages l'information qu'ils auraient eue s'ils avaient été beaucoup plus considérables.

Il est assez peu coûteux de diffuser de l'information qui existe déjà. Par contre, s'il faut faire des recherches, les coûts peuvent être élevés. Il ressort de cela que la meilleure façon d'obtenir des résultats à court terme est d'exploiter l'information qui existe déjà pour la rendre plus accessible. Il s'agit de prendre d'abord l'information déjà connue et de trouver des moyens de l'exploiter plus efficacement. Ce genre de stratégie pourrait se concentrer sur le genre d'information dont la mise au point et la compréhension exigent des connaissances spécialisées. Il faudrait alors la traduire en des termes aisément compréhensibles pour le consommateur et ensuite, la diffuser largement.

ÉTUDE DE CAS: LES TÉLÉVISEURS ADMIRAL QUI PRENNENT FEU

Jusqu'à présent, nous nous sommes surtout placés d'un point de vue théorique pour examiner les raisons pour lesquelles le marché ne produit pas suffisamment d'information sur le rendement et la sûreté des produits. L'information étant un bien collectif, elle est diffusée en trop petite quantité. Il existe un écart important entre le coût social de la reproduction de l'information et son coût privé, surtout lorsqu'elle fait perdre des ventes à l'entreprise. De plus, nous avons souligné à quel point le ménage avait du mal à tester des produits ou à recueillir de l'information dont la compréhension nécessite des connaissances spécialisées. Toutes ces notions se retrouvent dans un procès pour responsabilité du fait des produits qui impliquait une grande compagnie et une consommatrice ordinaire¹⁹.

En juin 1965, Made Zora H. Gilham a acheté un télécouleur de marque Admiral. Quatre ans plus tard, un soir de novembre 1968, elle a regardé la télévision pendant une heure, fermé son appareil et quitté la pièce. Quand elle y est retournée, 15 minutes plus tard, son appareil avait pris feu et les flammes s'élevaient jusqu'au plafond. Elle a tenté d'éteindre l'incendie, mais l'appareil a explosé, lui infligeant de graves brûlures. Onze p. cent de la

surface de sa peau était brûlée au troisième degré. Elle a subi une série de complications graves qui l'ont retenue 18 mois à l'hôpital. Elle est ensuite devenue presque invalide et doit recourir aux services d'une infirmière à temps plein pour le reste de ses jours.

L'incendie a été causé par un défaut du transformateur. Les bobinages de cette pièce étaient séparés par un papier ciré qui ne pouvait pas supporter de températures trop élevées. Selon les normes industrielles, il était risqué d'exposer ce type de papier isolant à une température de plus de 105°C. Or le seul essai de chaleur avant production que la compagnie Admiral avait fait sur ces transformateurs avait démontré qu'ils fonctionnaient à des températures allant de 118.2 à 126.2°C.

M. Carl Olson, employé d'Admiral et concepteur du transformateur, a admis avoir prévu que la pièce pourrait prendre feu chez l'acheteur éventuel. Aussi avait-il conçu une boîte qui isolait le transformateur et devait retenir les flammes. Toutefois, le fond de la boîte était pourvu d'une ouverture, le couvercle était percé de 38 trous et ses rivets de plastique étaient inflammables.

Les dangers que présentaient ces téléviseurs ne devait pas tarder à se manifester. Dès 1964, moins d'un an après la mise en marché, quatre clients signalaient à la compagnie que leur appareil avait pris feu. En 1966, un des techniciens de la compagnie testait 16 transformateurs qui, tous se révélaient défectueux et brûlaient. Certains appareils prenaient même feu chez les détaillants avant d'être venus. Au moment où l'incendie se déclarait chez la demanderesse, en 1968, 91 cas de ce genre avaient déjà été signalés à la compagnie.

Les cadres supérieurs de la compagnie étaient au courant de ces dangers. Ainsi, le président, M. Ross Siragusa Jr., lisait des résumés des réclamations adressées à la compagnie, en conservait quelques-uns et jetait les autres. Il ne prit aucune mesure corrective, même si la compagnie aurait pu éliminer tout risque d'incendie en changeant de matériaux. De plus, Admiral n'avisa du danger, ni les acheteurs éventuels, ni les propriétaires d'appareils, malgré le nombre constant de cas signalés. Enfin, la compagnie ne retira pas le télécouleur du marché pendant cette période.

L'accusation la plus grave déposée à la cour contre Admiral a peut-être été une note rédigée par le directeur des services de la compagnie à propos d'un téléviseur qui avait pris feu en 1966. Le transformateur avait été remplacé par un autre, identique. La note se lisait ainsi: "Le client a d'abord refusé de reprendre le téléviseur, mais nous avons insisté et lui avons assuré qu'aucun accident ne se produirait plus. Il a finalement accepté de le reprendre." Il va sans dire qu'en moins d'un an, le télécouleur prenait feu encore une fois, détruisant une grande partie de la maison du client. La note de service ajoutait: "Nul doute que nous aurons bientôt un procès sur le dos."

La compagnie Admiral a perdu son procès contre M. D. Gilham et a dû lui verser 300 000 dollars en dommages-intérêts, dont 100 000 à titre de pénalité.

ANALYSE ET PROPOSITIONS

Cette anecdote illustre un exemple particulièrement grave d'imperfection du marché causée par un manque d'information. Le concepteur du transformateur original savait que son produit était dangereux et n'a pourtant subi aucune sanction. Les autres techniciens des laboratoires d'Admiral se sont aperçus du danger au cours d'essais ultérieurs, mais ils n'avaient aucun intérêt à en parler. Quant aux cadres supérieurs, conscients que la divulgation du danger et le rappel généralisé des appareils feraient perdre des ventes à la compagnie et entraîneraient des coûts supplémentaires, il avaient jugé moins onéreux de perdre quelques procès. Bref, les représentants de la compagnie étaient personnellement intéressés à ce qu'Admiral fasse des profits et préféraient laisser aller les choses au lieu de protéger les consommateurs. Enfin, même les frais d'un procès perdu pouvaient être absorbés par l'assurance RD produits, la taille de la compagnie et les exemptions fiscales auxquelles donnent droit les frais judiciaires, de sorte que les actionnaires n'auraient pas eu à en souffrir.

Le principal problème résidait dans le fait que les consommateurs et leurs représentants ne disposaient pas de la même information qu'Admiral sur le danger des télécouleurs. Il ne s'agit nullement de prétendre qu'une étiquette aurait dû avertir les

consommateurs que l'appareil pouvait prendre feu. L'information sur les risques d'incendie aurait dû être communiquée aux organismes gouvernementaux qui, pour leur part, auraient dû avoir le pouvoir d'exiger des réparations ou un rappel. Il est en outre certain que les propriétaires de ces appareils auraient dû recevoir des explications claires sur les dangers d'incendie.

Les compagnies se servent d'une marque de commerce parce que dans l'esprit du consommateur, elle garantit un minimum de qualité et de service. Toutefois, on doit faire en sorte que ces symboles de qualité puissent avoir deux effets contraires. Lorsqu'un produit portant une marque de commerce est mis sur le marché même s'il est mal conçu, le consommateur devrait être mis au courant afin de pouvoir faire un meilleur choix. Cette philosophie semble se rapprocher de celle d'un organisme comme le Bureau d'éthique commerciale, qui enregistre les plaintes déposées contre les commerçants et les mesures prises par la suite. Le public peut communiquer avec le Bureau pour obtenir le dossier d'une entreprise locale, quoique les renseignements qu'il contient soient posés explicitement comme très vagues. Si le Bureau le jugeait utile, nous croyons qu'il ferait bien d'élargir les bases de cette initiative et de la rendre plus efficace.

Il pourrait également devenir obligatoire de signaler tout défaut susceptible de rendre un produit dangereux. Nous avons proposé, dans le chapitre précédent, que le gouvernement s'inspire de l'article 15 de la loi américaine sur la sûreté des produits (U.S. Product Safety Act). L'obligation pourrait toutefois être étendue à tous les employés des producteurs, à tous les organismes d'expérimentation de produits et aux compagnies d'assurances qui recueillent des statistiques sur les dangers présentés par les produits. La personne qui négligerait de signaler un danger pourrait être passible de peine en vertu du code criminel. Il faudrait désigner un groupe gouvernemental spécial pour recueillir toute cette information. Celui-ci aurait comme rôle principal d'analyser les données et d'assurer la liaison avec l'organisme gouvernemental qui doit protéger le consommateur contre les dangers signalés. Il pourrait également communiquer avec les fabricants et les détaillants pour les obliger à prendre des mesures correctives.

Troisième possibilité: modifier les lois actuelles de l'impôt de manière que le coût externe, lorsqu'il est internalisé par un procès, soit assumé entièrement par la compagnie et non payé en grande partie par le contribuable par le biais des déductions de la compagnie. Aux États-Unis par exemple, les compagnies ne peuvent pas faire entrer dans leurs frais généraux les pénalités versées suite à une sentence du tribunal. Elles sont donc forcées de payer pour le facteur risque auxquels sont exposés malgré eux les consommateurs non informés.

On pourrait aussi publiciser les résultats des procès perdus par les producteurs et les détaillants. A l'heure actuelle, si un vendeur perd une, dix ou cent causes pour avoir fait de la publicité trompeuse, pour des défauts de conception ou "pour avoir commis des actes imprudents, gratuits, délibérés et nettement négligents qui étaient susceptibles de cause des dommages à la personne ou à la propriété", comme le tribunal l'a déclaré dans un jugement rendu sur la compagnie Admiral, la vérité n'est connue que des quelques personnes directement concernées. Pourtant, dans une situation pareille, l'information est sûrement un bien collectif important. Il faut permettre au consommateur de savoir la vérité en exigeant qu'à chaque point de vente soit mise à sa disposition une brochure qui résume les récents jugements rendus sur des fabricants ou des détaillants. Si un détaillant est trouvé coupable de publicité trompeuse ou d'un autre acte du genre, il faudrait qu'un avis soit affiché pendant 90 jours sur les caisses enregistreuses et les portes afin que les gens connaissent les faits relatifs à la cause et au jugement. Les produits défectueux et la publicité trompeuse sont censés avoir un effet sur les profits d'une entreprise en poussant les consommateurs qui sont mécontents ou n'aiment pas le risque à se rendre chez un concurrent. Cependant, l'information nécessaire au bon fonctionnement du mécanisme de la concurrence n'est pas diffusée.

On propose aussi d'adopter une loi qui obligerait les fabricants à remettre aux consommateurs l'argent nécessaire pour réparer les défauts présentant des risques pour la sécurité. A l'heure actuelle, au Canada, rien n'oblige les fabricants à agir ainsi. Le gouvernement peut exiger que le fabricant rappelle sa marchandise ou mette ses clients en garde, mais il ne peut le forcer à dédommager directement le consommateur.

Enfin, le gouvernement devrait songer à établir des normes applicables aux essais sur le rendement et la sûreté des produits, à exiger ces essais et à en publier les résultats. Évidemment, il n'est pas nécessaire que tous les résultats paraissent sur les étiquettes. Ceux de certains tests complexes pourraient être distribués sur demande, sous forme de brochure. On peut quand même espérer que ces résultats aideraient les fabricants et les détaillants et qu'en définitive, ils amélioreraient le bien-être des consommateurs. Enfin, les revues sur la consommation résumeront sûrement les comptes rendus d'essais complexes à l'intention de leurs lecteurs.

Le gouvernement doit voir dans ces propositions une orientation plutôt que des recommandations détaillées. Il existe bien sûr une foule de possibilités. Lorsqu'on élabore des projets précis, on a probablement avantage à découper les secteurs complexes par industrie, puis par famille de produits. Toutefois, le principe fondamental selon lequel on doit produire, recueillir et diffuser une meilleure information s'applique à tous les produits et à toutes les industries. Essayer de régler les problèmes liés à la responsabilité du fait des produits et aux produits hasardeux en général tout en ignorant le rôle de l'information, c'est risquer de ne s'attaquer qu'aux symptômes. Cependant, on ne peut s'attendre à modifier les droits de propriété de façon à donner aux consommateurs le droit à une information illimitée sans que se manifeste une résistance marquée de la part des fabricants et des détaillants, puisque l'information demeure encore une de leurs propriétés exclusives.

Bien que le marché soit inondé de demi-vérités et de réclames biaisées sur le rendement des produits, les organismes de protection du consommateur et le gouvernement s'attireront sûrement des protestations en tentant d'établir des comparaisons objectives entre différentes marques. Elles porteront pour la plupart sur la grande variété de méthodes d'essai possibles et sur le choix des caractéristiques qui doivent être testées ou apposées sur les étiquettes. Face à ce genre de critiques, on doit se rappeler que ces mesures ne visent pas à créer un marché fondé sur une information parfaite, mais simplement à améliorer la situation actuelle. Même en ne se fixant que ce modeste objectif, on peut réaliser beaucoup de choses.

CHAPITRE 8 - NOTIONS DE BASE SUR L'ASSURANCE

Les juristes discutent souvent des effets bénéfiques que pourrait avoir sur la protection du consommateur l'introduction de la responsabilité sans faute du fabricant, du recours collectif ou d'autres modifications du même type. Cependant, ils ne se penchent pas souvent sur l'aptitude globale de l'appareil judiciaire à régler les problèmes relatifs aux accidents et aux produits défectueux¹. De plus, même s'ils parlent de répartition du risque, d'indemnisation et de dissuasion, ils évitent en général de fixer avec clarté les objectifs de l'appareil judiciaire relativement aux produits hasardeux. Pour notre part, nous croyons qu'il faut viser à réduire au minimum le risque encouru par le consommateur, et pour cela, en arriver à des niveaux optimaux de dissuasion et d'assurance. Dans le présent chapitre, nous étudierons en détail l'assurance et ses effets sur l'indemnisation, le risque et la dissuasion. Notre principale conclusion est qu'un régime national d'assurance-accidents permettrait d'indemniser les victimes avec beaucoup plus d'équité et d'efficacité que l'appareil judiciaire*.

TYPES D'ASSURANCE

Deux types d'assurance nous intéressent particulièrement: l'assurance RC produits et l'assurance-accidents. L'assurance RC produits indemnise les fournisseurs d'un produit des pertes qu'ils subissent suite à la sentence d'un tribunal ou à une convention amiable.** Le consommateur qui subit des dommages n'est pas directement assuré, mais par une

* Dans le chapitre suivant, nous étudierons l'indemnisation des victimes d'accidents du travail au Canada et, à partir des régimes nationaux d'assurance-accidents en vigueur en Australie et en Nouvelle-Zélande, déterminerons ce que pourrait contenir un régime canadien.

**Out of court settlement (n. de la t.)

poursuite judiciaire ou un autre moyen, il doit convaincre le fournisseur de l'indemniser de ses pertes. L'assurance qui protège directement le consommateur contre les pertes causées par un produit défectueux porte le nom d'assurance-accidents.

Lorsque nous parlons d'assurance, nous parlons d'assurance contre les pertes dérivées, qui sont définies comme l'équivalent monétaire des dommages à la personne et à la propriété et des pertes de revenu. Nous parlerons de la perte d'usage, ou réduction de la valeur du produit, dans les chapitres sur les garanties.

L'ASSURANCE AMÉLIORE LE BIEN-ÊTRE COLLECTIF

Lorsqu'une perte se produit, une partie des ressources de la société est détruite. L'indemnisation de la victime ne change rien à cette réalité. La seule façon d'indemniser la victime est de redistribuer une partie du solde des ressources de la société. Cette redistribution, même si elle ne crée pas de biens tangibles et n'a aucun effet visible sur la production, peut améliorer le bien-être collectif. Pour comprendre cela, voyons ce qui pousse une compagnie à offrir de l'assurance.

Si les compagnies d'assurance acceptent d'endosser le risque d'un souscripteur, ce n'est pas par goût. Au contraire, nous pouvons rendre pour acquis que les compagnies d'assurances sont plutôt conservatrices et préfèrent les entreprises sûres aux entreprises aérotoires, tout comme le consommateur ordinaire. Cependant, deux solutions leur permettent de réduire le risque qu'elles encourent en établissant une police: la mise en commun des pertes et la répartition du risque. La réduction du risque contribue directement à augmenter le bien-être de la société.

LA MISE EN COMMUN DES PERTES

Mettre en commun les pertes, c'est réunir en un seul ensemble les pertes individuelles, qui sont indépendantes les unes des autres. En vertu de la loi

des grands nombre,s plus l'ensemble est vaste, moins est forte la probabilité que la perte subie par la totalité du groupe fluctue d'une année à l'autre. Une fois qu'elle a calculé la valeur prévue* de la perte de l'ensemble, la compagnie d'assurances peut fixer à chaque personne une prime qui couvrira les pertes et lui permettra d'assumer ses frais d'administration tout en réalisant des bénéfices.

Notons que les souscripteurs n'ont pas à payer de prime supplémentaire si, en raison du solde du risque, la compagnie d'assurances subit des pertes plus élevées que prévu. Par contre, si les pertes sont plus faibles, ils ne participent pas aux bénéfices additionnels. Le risque que les pertes ne soient pas conformes aux prédictions pèse sur la compagnie d'assurances, et conséquemment, sur ses actionnaires. Bien sûr, elle peut augmenter ses primes l'année suivante, mais le client peut changer de compagnie ou cesser de s'assurer. Il n'est pas responsable des pertes passées.

LA RÉPARTITION DU RISQUE

On réduit encore davantage le solde du risque en le répartissant parmi les actionnaires. Répartir le risque, c'est prendre le risque d'une perte importante et le diviser pour le faire porter par un grand nombre d'individus. Dans cette situation, il n'existe pas une probabilité donnée qu'une seule personne gagne ou perde une importante somme d'argent. Au lieu de cela, il existe la même probabilité d'un grand nombre de personnes gagnent ou perdent une petite somme. On peut expliquer la répartition du risque à partir de l'asymétrie qui existe entre une perte et un gain. En bref, une perte de 10 dollars a plus d'effets négatifs qu'un gain de 10 dollars n'a d'effets positifs. Il s'agit du principe de l'utilité marginale décroissante de l'argent, fondement de l'aversion des gens pour le risque.

*Le lecteur se rappellera que la valeur prévue de la perte est la valeur moyenne de la perte qu'encourt chaque membre du groupe en question.

DISTINCTION ENTRE RÉPARTITION ET MISE EN COMMUN

Il faut distinguer la répartition des pertes et la mise en commun du risque car ces deux opérations découlent d'activités différentes et n'ont pas les mêmes effets. Répartir, c'est augmenter le nombre de souscripteurs afin de réduire la variabilité des pertes. La valeur prévue des pertes peut changer selon le nombre et le type de souscripteurs, mais ce n'est pas un facteur primordial. Par contre, mettre en commun, c'est augmenter le nombre d'actionnaires, c'est-à-dire le nombre de personnes prêts à encourir le risque que les primes ne couvrent pas toutes les dépenses, afin de réduire la valeur prévue des pertes subies par chaque individu. La répartition réduit la variabilité alors que la mise en commun diminue la valeur prévue. Les compagnies d'assurance mettent les risques en commun en augmentant le nombre de leurs clients, mais répartissent le risque au augmentant le nombre de leurs actionnaires.

Si une compagnie désire répartir encore d'avantage ses risques, elle peut le faire au moyen de la réassurance. Elle invite alors d'autres compagnies d'assurances et d'autres actionnaires à assumer une part du risque afin que chaque compagnie ou chaque individu n'en encoure qu'une part raisonnable. La réassurance représente pour le réassureur, une mode de mise en commun du risque. Ainsi, les deux parties profitent de plein gré de la réduction du risque.

On peut décrire le marché de l'assurance en termes de mise en commun et de répartition. Le consommateur encourt un risque qu'il peut réduire en souscrivant une police d'assurance. A ce stade, on ne sait pas s'il y aura répartition ou mise en commun du risque. La compagnie d'assurances peut être composée d'un individu qui offre des milliers de polices d'assurance et qui, par conséquent, met les risques en commun. Il n'y a pas de répartition. Par ailleurs, la personne qui encourt le risque peut demander à sa famille et à ses amis de l'indemniser en cas de perte. Il n'y a pas de mise en commun. Le risque est réparti. La personne qui encourt le risque y gagne en certitude, sait qu'elle va être indemnisée et évite la perte à laquelle elle était exposée. Cet échange améliore le bien-être collectif parce qu'il permet la mise en commun et la répartition. Le gain net que rapportent les compagnies d'assurances est leur raison d'être. La mise en commun et la répartition sont des caractéristiques des entreprises de grande envergure. Il est avantageux de se spécialiser dans la réduction du risque, et tant l'assureur que l'assuré en bénéficient.

LE RISQUE MORAL

Si une personne ou une entreprise peut s'assurer contre un certain type de perte, ne serait-il pas rationnel qu'elle réduise ou élimine ensuite les efforts coûteux qu'elle fait en vue de prévenir ces pertes? La perte est un coût externe qui retombe sur l'assureur, tandis que l'effort de prévention des pertes est un coût interne que doit assumer le souscripteur. L'assurance semblerait donc créer un coût externe qui engendrerait de l'inefficacité et une hausse des taux d'accident.

Le problème qui se pose du fait que l'assurance réduit les facteurs d'incitation est désigné sous le nom de risque moral². Sa cause et sa solution résident dans le rôle des coûts de l'information.

Si l'on pouvait déterminer sans frais la responsabilité exacte d'un assuré à l'égard d'une perte, l'assurance deviendrait une formule de dissuasion optimale. Chaque individu serait classé selon le risque de ses actes. Tous les individus classés dans une même catégorie de risque paieraient une prime identique, mais les primes varieraient selon la catégorie. En fonction des circonstances et de l'échelle des primes, chacun déterminerait exactement quelle quantité de précautions il lui aurait été profitable de prendre.

Cependant, comme il coûte cher de différencier des catégories de risque, les compagnies d'assureurs font la moyenne des catégories et nivellent les primes. Les personnes très prudentes ne bénéficient pas d'un rabais de prime, tandis que les imprudentes paient une prime moindre que dans le cadre d'un régime optimal.

Le risque moral influe sur la valeur prévue des pertes. Certaines personnes prudentes prendront moins de précautions puisqu'elles ne bénéficient pas d'un rabais de prime. En conséquence, les pertes augmenteront, de même que les primes. La prime moyenne de l'ensemble du groupe des assurés sera donc plus élevée que si les coûts de l'information étaient nuls. En outre, les personnes qui présentent un risque faible paieront une prime plus élevée puisque les primes auront été nivelées suite à l'adhésion de souscripteurs présentant des risques élevés.

Lorsque l'on parle des coûts du risque moral, il faut préciser si l'on se réfère à un optimum théorique ou à l'état réel de l'économie. Comme l'a déclaré le Professeur Pauly, "... en l'absence d'une information parfaite, la concurrence que connaissent les marchés de l'assurance peut ne pas être optimale, non seulement par rapport à l'optimum inaccessible qui aurait pu être atteint si l'information avait été parfaite, mais aussi par rapport aux optimums accessibles³". Pour reprendre les termes que nous avons déjà employés, les coûts de transactions positifs causent une imperfection du marché, et il se pourrait même qu'une solution du second rang ne soit pas à notre portée.

Au Canada, l'assurance RC produits n'incite probablement pas tellement les fabricants à négliger la sûreté de leurs produits parce qu'en elle-même, elle n'engendre qu'une très faible externalisation de coûts. Les producteurs sont déjà bien protégés par les régimes provinciaux d'assurance-maladie, les régimes d'indemnisation des victimes d'accidents du travail, les frais élevés des poursuites judiciaires et la faible propension des tribunaux à imposer de très lourdes amendes. Sauf dans de rares cas, les producteurs ne se voient pas attribuer la responsabilité des pertes. De plus, l'assurance RC produits ne s'applique généralement pas aux pertes découlant des vices de conception.

Cependant, un facteur internalise les pertes: il s'agit de la réputation du fabricant. Si les pertes sont spectaculaires ou assez fréquentes, elle peut en pâtir. Par contre, ce facteur n'est pas beaucoup d'importance car l'information sur les produits défectueux circule mal dans le public.

Si le comportement de l'assuré peut engendrer des pertes élevées et s'il est difficile à vérifier, les coûts du risque moral peuvent être tels qu'ils rendent très difficile la souscription d'une assurance⁴. Aussi l'assurance RC produits devrait-elle être plus difficile à souscrire aux États-Unis, où les tribunaux imposent des amendes plus lourdes et plus fréquentes. De même, l'assurance-faillite et l'assurance-salaire devraient être assez difficiles à obtenir, comme cela semble être le cas, puisque le comportement de l'individu est difficile à vérifier et que le souscripteur pourrait être fortement tenté de réduire ses efforts de façon à bénéficier de sa police.

L'ANTI-SÉLECTION

Puisque les clients à risque faible voient leur prime augmenter, certains d'entre eux en conclueront qu'il ne vaut pas la peine de souscrire de s'autoassurer. Ils accepteront le risque, mais se garantiront une protection optimale. A mesure que ces personnes se retrieront du régime d'assurance, les primes des personnes restantes augmenteront. Ce phénomène s'appelle "anti-sélection" ou "sélection adverse".

Plus le nombre de personnes qui quittent le régime est grand, plus les primes augmentent. Les seules personnes restantes sont celles qui présentent les risques les plus élevés. Il est possible qu'à la limite, la compagnie ne puisse plus demander une prime qui lui garantira un nombre stable de clients, et qu'elle cesse même d'offrir ce régime. Chose curieuse pourtant, à n'importe quel prix, il reste toujours des personnes qui veulent acheter de l'assurance et d'autres qui sont prêtes à en vendre. Mais le groupe d'acheteurs présente un risque disproportionné à la prime qu'il offre⁵.

L'ASSURANCE OPTIMALE

La présente section résume les résultats de divers modèles d'assurance. Chaque modèle définit avec précision une police d'assurance optimale en fonction de ses hypothèses propres⁶. Hors d'un modèle défini, fondé sur des hypothèses précises et complètes, on ne peut en effet pas parler de police d'assurance optimale. Néanmoins, il paraît utile de se pencher sur les rapports internes de divers modèles afin d'expliquer l'interaction de différentes variables. Comme ces rapports s'inscrivent à l'intérieur d'un modèle optimal d'assurance, il faut les considérer comme des éléments nécessaires à la compréhension de l'assurance, et non comme des règles d'établissement d'une police d'assurance optimale. En l'absence d'un modèle convenant à un problème précis, ces rapports constituent des lignes directrices utiles à toute réflexion sur l'assurance.

La coassurance

Le ménage ou l'entreprise peut acheter de l'assurance sur le marché libre, ou se protéger lui-même, ce qui constitue une forme d'autoassurance. Lorsqu'un risque est couvert en partie par de l'assurance achetée sur le marché et en partie par de l'autoassurance, on parle de coassurance. En analysant la structure optimale de l'assurance, nous nous concentrerons sur les conditions qui mènent à la coassurance, considérée ici comme la norme, et placerons l'assurance achetée sur le marché et l'autoassurance aux deux pôles. Nous chercherons aussi les variables qui expliquent les proportions relatives que l'on rencontre dans la coassurance et nous nous demanderons si l'on y trouve des caractéristiques comme les franchises, les limites aux paiements maximum et l'interdiction de couvrir le même risque plus d'une fois.

On peut isoler les principaux facteurs qui influent sur la structure de l'assurance en étudiant l'effet de l'assurance sur les circonstances futures qui se trouvent dans l'éventail des possibilités. L'assuré, qui a le risque en aversion, est soit un consommateur, soit une entreprise. Il possède de richesses qui peut être réduite dans l'avenir suite à des accidents. Le consommateur subit une perte immédiate, tandis que l'entreprise ne la subit qu'une fois que le consommateur a réussi à établir sa responsabilité. A chaque ensemble de circonstances futures correspond un taux de probabilité, mais seul un ensemble de circonstances se produit. L'assurance permet à celui qui a le risque en aversion d'augmenter les richesses qu'il possédera dans l'avenir en achetant tout de suite une police. Le problème du souscripteur potentiel consiste à déterminer combien il doit dépenser et quel type de protection il doit prendre, une fois qu'il a étudié la question de ses richesses actuelles et futures.

L'assurance vendue sur le marché garantit aux souscripteurs une indemnisation pour leurs pertes futures. La prime se fonde sur les versements que la compagnie s'attend de faire dans l'avenir et sur les frais administratifs, et comporte en outre un facteur bénéfique dans lequel peut entrer le risque encouru par la compagnie d'assurance elle-même. Le prix de l'assurance équivaut à la différence entre le total des primes et le versement prévu en indemnités.

Le montant de la prime et l'écart qui sépare les primes versées par divers groupes d'assurés sont intimement liés au problème du risque morale. Les

indemnités que la compagnie s'attend de payer, et par conséquent la prime qu'elle impose à l'assuré, varient selon les efforts que fait celui-ci en vue de réduire le risque. Dans les cas où la compagnie peut vérifier à peu de frais si l'assuré cherche à réduire le risque, elle fixera des primes distinctes à chaque groupe. Chaque groupe sera formé en fonction des indemnités que la compagnie s'attend à devoir verser, compte tenu des efforts collectifs de réduction du risque. Par contre, si les coûts de vérification sont élevés, la compagnie fixera des primes moyennes à des groupes dissemblables. Cette prime indifférenciée variera selon la moyenne des précautions prises par tous les groupes. La variation de l'effort de prévention déployé par les groupes ne sera pas récompensée par une variation des primes entre les groupes.

Dans le cas de l'autoassurance, le problème des coûts de vérification ne se pose pas puisque l'assureur et l'assuré sont une seule et même personne. On peut faire une distinction entre l'autoassureur, qui a un motif d'assumer des coûts dans le présent pour réduire ses pertes futures, et l'assureur du marché, qui n'a un motif semblable que dans la mesure où ses activités anti-risque sont vérifiées et récompensées. Comme cette vérification est plus coûteuse lorsqu'elle est faite par des tiers que lorsqu'elle est interne, l'assureur du marché envisage d'ordinaire de payer des indemnités plus élevées et impose des primes moyennes plus fortes que l'autoassureur⁷. Par conséquent, l'assureur du marché assume un taux plus élevé d'accidents et demande plus souvent des primes indifférenciées. L'autoassurance permet d'éviter ces conséquences, mais en contrepartie, l'assuré doit accepter un niveau plus élevé de risque. En général donc, l'assuré cherchera à combiner de façon équilibrée l'assurance du marché et l'autoassurance, en comparant les économies possibles avec le supplément de risque.

Limites de la couverture

D'une façon optimale, la police d'assurance fixe presque toujours le total de la couverture total en dollars. La prime est exprimée sous forme de montant correspondant aux milliers de dollars de couverture. Les limites de la police qui couvrent les dommages subis directement par l'assuré sont généralement exprimées sous la forme d'un maximum total payable en cas d'accident ou sous la forme de maximums distincts, payables pour les composantes du total des dommages. La police d'assurance-accidents peut donc

contenir un barème de maximums distincts et un maximum global.

Deuxième exigence: la compagnie d'assurances doit connaître la couverture totale que l'assuré a achetée, notamment d'autres compagnies⁸. Cela permet à la compagnie de déterminer si le client ne s'est pas assuré une protection si élevée qu'elle tendrait à modifier son comportement, ce qui engendrerait un risque moral. Fortes de ces précisions, les compagnies peuvent limiter le montant total d'assurance qu'elles permettent à un individu d'acheter.

Il faudrait cependant distinguer la limite de la protection garantie par une police d'assurance et la limite de la responsabilité imposée par la loi. La responsabilité que peut avoir un conducteur d'automobile en cas d'accident est limitée. Le conducteur peut d'ailleurs souscrire une police qui couvrira toute la responsabilité qu'il pourrait devoir assumer. On peut d'ordinaire s'assurer une protection d'un million de dollars ou plus pour un coût marginal très faible. On présume que le cas extraordinaire où une voiture engendrerait une suite d'événements causant plusieurs millions de dollars de dommages peut être couvert plus efficacement par la victime potentielle, qui est au courant des circonstances particulières dans lesquelles elle est placée, que par le conducteur. Enfin, bien sûr, la responsabilité est limitée par la capacité de payer.

Les frais d'administration

Si les polices d'assurance comportent souvent une franchise, ne couvrent pas 100 p. cent des pertes et ne protègent pas contre les petites pertes courantes, même s'il s'agit de clients particulièrement peu désireux d'accepter un risque, c'est à cause des frais d'administration. Ceux-ci peuvent être fixés une fois pour toutes au moment de l'émission de la police ou varier selon la valeur en dollars, le nombre et la variabilité des sinistres. L'analyse économique a servi à déterminer de quelle façon une police d'assurance optimale varie selon les diverses formes que peuvent prendre les frais d'administration⁹.

Si les seuls frais d'administration d'une police sont des frais fixés au moment de l'émission de celle-ci, le consommateur pour un événement donné, choisira de souscrire une assurance complète couvrant

100 p. cent des pertes ou décidera de ne pas s'assurer du tout. Il n'y a aucune raison de réduire l'importance ou le nombre des sinistres, ni le montant de la protection, puisque cela n'aura aucun effet sur le prix de chaque tranche de 1 000 dollars d'assurance. La décision portant sur chaque type de perte à couvrir au moyen d'une police distincte se prendra séparément. Cette méthode est très souple parce qu'elle permet au consommateur d'étudier une gamme infinie de possibilités; mais chaque fois, sa décision lui assure une protection à 100 p. cent ou une protection nulle¹⁰.

Si les frais d'administration dépendent de la valeur totale des sinistres en dollars, la police optimale garantira une protection de 100 p. cent, exception faite de la franchise¹¹. En principe, la franchise peut se révéler plus élevée que la perte, et la couverture est alors nulle. Les frais d'administration peuvent varier selon l'ampleur de la perte, car les compagnies d'assurances vérifient les sinistres importants avec plus d'attention que les petites sinistres.

Si les frais d'administration varient selon le nombre de sinistres, l'assurance sera alors divisée et couvrira certains types de sinistres sans en couvrir d'autres¹². Décider de ne pas couvrir certains sinistres est une façon de réduire le prix de l'assurance.

Parvenus à ce point de notre analyse, nous pouvons prédire que l'assurance vendue sur le marché couvrira les pertes importantes de préférence aux pertes faibles, et les pertes rares plutôt que les pertes fréquentes¹³. Comme l'autoassurance ne comporte pas de frais d'administration, si une compagnie d'assurances à le risque en aversion, elle ajoutera au prix de chaque tranche de 1 000 dollars de protection une somme compensant les versements et les coûts. Dans ces conditions, la police d'assurance optimale garantit toujours une protection inférieure à 100 p. cent. En se fondant sur l'opinion très répandue, d'ailleurs étayée par de nombreux travaux empiriques, selon laquelle les compagnies exigent en général d'obtenir des recettes additionnelles pour le supplément de risque qu'elles courent, on peut s'attendre que les compagnies d'assurance réagissent de la même manière¹⁴.

Si l'on se fonde sur la relation qui existe entre la protection assurée et les frais additionnels facturés à titre de compensation pour le risque, on peut soutenir que l'État est mieux placé que les compagnies privées pour offrir de l'assurance. En

effet, le gouvernement peut répartir le risque sur l'ensemble des contribuables, de sorte que le contribuable moyen court un risque négligeable¹⁵. Par contre, la compagnie privée ne peut réduire que très faiblement le risque, en le répartissant parmi ses actionnaires et en se réassurant. Résultat: le risque couru par l'État est négligeable, alors qu'il ne l'est pas pour la compagnie. Celle-ci hausse le prix de l'assurance pour compenser la quantité supplémentaire de risque qu'elle a acceptée. L'État peut offrir de l'assurance à un coût moindre. Plus d'assurance sera achetée au prix de l'État qu'au prix du marché, ce qui haussera le niveau de bien-être¹⁶.

Un autre argument milite en faveur de l'assurance gouvernementale: le fait qu'une grande partie des frais d'administration provienne de la vente de polices individuelles. Dans l'assurance privée, les polices collectives sont beaucoup moins chères que les polices individuelles¹⁷. L'assurance gouvernementale, surtout si elle est obligatoire ou assez avantageuse pour attirer la plus grande partie des clients potentiels, peut, beaucoup mieux que l'assurance privée, tirer parti des économies d'échelle pour faire baisser les coûts de vente.

ET SI AUCUNE ASSURANCE N'EST DISPONIBLE?

Faut-il appeler le gouvernement à la rescousse?

L'assurance accroît sans contredit le bien-être en réduisant le risque. En découle-t-il que le marché libre devrait offrir de l'assurance pour tous les risques, et que dans les cas où aucune assurance n'est disponibles, il y a imperfection du marché? Plus encore, s'il y a imperfection du marché, faut-il instaurer un régime gouvernemental, ou y a-t-il d'autres solutions sont-elles possible? Ces questions revêtent une importance particulière quand il s'agit des produits défectueux. Les producteurs craignent que l'assurance RC produits ne fasse défaut, surtout si le Canada décide de suivre l'exemple des États-Unis et d'instaurer la responsabilité sans faute du fabricant¹⁸. Quant aux consommateurs, ils sont déjà passablement bien protégés par les régimes gouvernementaux d'assurance-maladie, d'indemnisation des accidentés du travail et d'assurance-automobile sans égard à la faute, et pourraient l'être davantage si l'État décidait de les assurer contre les accidents qui ne sont pas encore couverts.

En 1881, le juge en chef Oliver Wendall Homes étudiait la question de l'assurance gouvernementale. Voici de qu'il en disait:

"Il est concevable que l'État se constitue comme compagnie d'assurances mutuelles contre les accidents et répartisse le fardeau des mésaventures des citoyens parmi l'ensemble de la population (...) nous insistons particulièrement sur le fait que l'appareil (bureaucratique), lourd et coûteux, ne devrait être mis en branle que dans les cas où l'abandon du statu quo rapporterait des avantages évidents. Lorsque l'on ne peut prouver les bienfaits de l'intervention gouvernementale, elle est un mal. Si l'on veut une assurance universelle, il vaut mieux, tant du point de vue économique que qualitatif, recourir à l'entreprise privée¹⁹."

Aujourd'hui, étant donné le scepticisme des contribuables à l'égard de l'efficacité de l'État, l'opinion de Holmes pourrait susciter un vaste consensus. Supposons qu'avant de proposer l'intervention de l'État, nous acceptions le fardeau de la preuve et cherchions à démontrer, d'abord, que cette intervention serait avantageuse, et ensuite, que l'entreprise privée ne pourrait pas atteindre des objectifs identiques à des frais moindres. A quelles conditions l'État devrait-il intervenir?

Kenneth J. Arrow, prix Nobel d'économie, a beaucoup écrit sur les marchés de l'assurance. Il déclare que: "Une des critiques les plus sévères que l'on peut faire à l'endroit du régime de marché libre est que par nature, il rend difficile l'établissement de certains marchés d'assurance et que cela entraîne une répartition sous-optimale des ressources²⁰".

Quelques années auparavant, Arrow avait violemment critiqué l'absence de certaines formes d'assurance: "Il existe un nombre incalculable de cas de tous genres où il faudrait des polices d'assurance pour améliorer le bien-être. Lorsque, pour une raison ou pour une autre, le marché ne les offre pas, l'État devrait le faire²¹". Par la suite, Arrow a admis que dans certaines circonstances, et à l'intérieur d'un modèle particulier, le fait que les marchés privés n'offrent pas d'assurance constituait une situation optimale. Mais il soutenait quand même que dans nombre de ces cas, c'est la structure même du marché privé qui fait augmenter les coûts, de sorte que se pratiquent des modèles de comportement qui ne sont pas comme tels des conditions logiques d'optimalité²².

L'absence de solides marchés d'assurance engendre plusieurs types de comportements non optimaux. Elle réduit l'offre ou la demande de produits hasardeux, modifiant ainsi tout le schéma de la production²³. Elle peut par exemple créer une demande de produits qui, pour être parfaitement sûrs, exigeraient beaucoup trop d'études techniques. Les entreprises peuvent également négliger d'innover et continuer de produire les mêmes produits qu'auparavant afin d'éviter les risques. Toute la controverse qui porte sur la responsabilité du fait des produits et la baisse possible de l'innovation peut, dans un sens, être liée à cette imperfection du marché qui se manifeste quand les régimes d'assurance-accidents offerts aux consommateurs sont insuffisants.

Les frais d'administration

En se fondant sur des modèles théoriques pour étudier la relation entre les frais d'administration et la structure optimale des polices d'assurance, on se rend compte que même dans les cas où de l'assurance est offerte, certains risques continuent de ne pas être couverts. Cela vient du fait que les frais d'administration, qu'ils soient fixes ou qu'ils varient selon le risque ou selon la valeur ou le nombre des pertes, sont trop élevés par rapport à l'accroissement de bien-être qui découle de la réduction du risque.

Il existe cependant des situations où les frais d'administration sont assez faibles par rapport au risque. Alors, il y a offre et demande d'assurance. Il s'agit des cas où les pertes sont plutôt importantes mais peu probables. Dans les cas intermédiaires, l'assurance est plus souvent offerte pour des pertes importantes que pour des pertes faibles, et pour des pertes peu probables que pour des pertes hautement probables²⁴.

A partir de cette hypothèse, on peut donc prédire que l'assurance sur les frais d'hospitalisation et de chirurgie - élevés mais peu fréquents - sera plus répandue que l'assurance sur les dépenses qui ne découlent pas d'une ordonnance médicale - dépenses fréquentes mais faibles. C'est effectivement le cas, même si l'on a prouvé que les ménages consacrent annuellement des sommes à peu près équivalentes à ces deux catégories de dépenses²⁵. Notez que cette situation est conforme aux résultats que nous obtenions plus tôt en mesurant le risque par la méthode de la

moyenne-variance. Le risque attaché aux dépenses élevées et peu fréquentes est grand parce que sa variance est importante.

Cette analyse laisse supposer que l'on peut expliquer l'absence de certaines formes d'assurance à partir des frais d'administration et du risque.

Dans les cas où cette absence est due aux frais d'administration, on peut la qualifier d'imperfection du marché si le niveau élevé de ces frais provient de ce que le marché privé cherche à retirer un profit de la vente d'assurance. La question clé consiste alors à savoir si l'on pourrait éviter une partie de ces frais en procédant à des changements structurels. Ainsi, Arrow note que l'assurance collective, qui permet des économies d'échelle, ne laisse pas de choix à chaque membre d'un groupe. Celui-ci décide de souscrire ou non la police, comme le consommateur qui se trouve devant un monopoleur. Arrow décrit cette situation comme une association volontaire réalisée dans une structure différente de celle du marché concurrentiel. Voici ce qu'il déclare à ce sujet: "Comme le recommandent les principes classiques de l'économie du bien-être, on a pallié l'imperfection du marché en mettant sur pied une organisation qui se démarque radicalement du régime concurrentiel. Cependant, on oublie d'ordinaire que d'autres organisations que l'État pourraient corriger l'absence d'optimalité²⁶".

On peut appliquer le même raisonnement au problème suivant: la plupart des gens n'ont pas de police d'assurance-accidents globale. Il faut noter qu'au Canada, les pertes les plus graves sont couvertes par différents régimes gouvernementaux. Si quelqu'un est blessé par un produit défectueux, le régime provincial d'assurance-maladie couvre ses frais médicaux de base. Si quelqu'un subit une perte de revenu, il reçoit des prestations d'assurance-chômage ou de bien-être. Les dommages causés aux biens les plus importants, la maison et la voiture, sont d'ordinaire couverts par une assurance immobilière privée et par une assurance-automobile privée ou gouvernementale. Les victimes d'accidents du travail sont aussi indemnisées par l'État, qui verse des indemnités non seulement pour les pertes de revenu et les frais médicaux, mais aussi pour la réadaptation. Certaines pertes ne sont bien sûr pas couvertes, mais leur importance n'a pas encore fait l'objet d'une étude particulière.

Il semble donc que le pont de vue de Kenneth Arrow s'applique bien au Canada: l'assurance issue du marché libre n'offrant pas toujours une protection adéquate, d'autres organisations, souvent gouvernementales, prennent la relève. De plus, on peut considérer que si la loi sur la responsabilité du fait des produits a une telle importance aux États-Unis, c'est à cause de l'absence d'une structure d'assurance comparable à celle du Canada.

Il ressort de tout cela que l'assurance RC produits existe en grande partie parce que les victimes potentielles ne sont pas protégées par une assurance-accidents adéquate. Si cette dernière existait, on n'aurait pas besoin de se rabattre sur la responsabilité du fabricant. Il resterait à maintenir ou à créer un effet dissuasif suffisant pour que les fabricants ne négligent pas la sûreté de leurs produits. Toutefois, le problème de la dissuasion devient alors distinct de celui de l'indemnisation. Mais n'allons pas trop loin. Les faiblesses de la protection garantie par l'assurance ne sont pas seulement attribuables au niveau élevé des frais d'administration. Il nous faut étudier d'autres causes avant de conclure notre évaluation du problème.

Le risque moral

Le risque moral peut porter les coûts de l'assurance à un niveau assez élevé pour que la solution optimale soit de ne pas en acheter. Pour corriger cette imperfection du marché, on peut choisir comme solution du second rang une couverture partielle des pertes, soit en recourant soit à la coassurance, soit à police qui comporte une franchise.

Un simple exemple numérique peut illustrer pourquoi, en cas de risque moral, la solution optimale peut être de ne pas s'assurer. Supposons qu'un consommateur ait une probabilité de 50 p. cent de ne subir aucune perte, des probabilités égales de 25 p. cent de subir des pertes de \$50 et de \$200 s'il n'est pas assuré, et qu'avec une assurance complète, les pertes possibles soient de \$150 et \$300. Les pertes supplémentaires proviennent de la baisse d'argent et de temps que le ménage consacrerait à la prévention. C'est là que se situe le risque moral. Supposons que la prime d'assurance soit juste et ne comporte pas de frais d'administration. Le consommateur n'aimant pas le risque, nous fixerons arbitrairement à \$25 la valeur du risque qu'il court sans assurance. La valeur prévue

des pertes et les variables de l'équation du coût
entier s'établissent comme suit:

	Valeur prévue des pertes	F	P	H ₁	H ₂	L	R
Aucune assurance	\$ 62.50	\$207.50	\$100	\$20	0	\$62.50	\$25
Assurance complète (100%)	\$112.50	\$212.50	\$100	0	\$112.50	0	0

- F = coût entier
P = prix du produit
H₁ = coûts de prévention du ménage
H₂ = coûts d'assurance du ménage
L = valeur prévue des pertes non assurées
R = facteur risque
-

Dans notre exemple, le coût entier est plus bas sans assurance (\$207.50) qu'avec une assurance complète (\$212.50). Lorsqu'il y a assurance complète, la valeur du risque couru par le consommateur tombe à zéro, ce qui représente une économie de \$25. Comme les efforts de prévention du ménage décroissent (passant de \$20 à 0), les pertes prévues passent de \$62.50 à \$112.50.

Le ménage peut décider de continuer à fournir un effort de prévention de \$20 tout en souscrivant une police d'assurance complète. Cela ramènerait les pertes prévues à \$62.50 mais ne ferait pas baisser la prime, puisqu'il coûterait trop cher à la compagnie de vérifier le comportement du ménage. Par conséquent, il est rationnel de ne plus faire aucun effort de prévention.

L'anti-sélection

Lorsque la compagnie d'assurances ne peut pas identifier ses clients en fonction du risque qu'ils courent, même s'ils n'ont aucune prise sur ce risque, elle peut n'offrir aucune protection, même si tous les clients éventuels qui ont le risque en aversion seraient prêts à acheter de l'assurance. Ce phénomène

se produit à cause de ce que l'on appelle la sélection adverse ou l'anti-sélection.

Pour comprendre comment l'anti-sélection crée une imperfection du marché, laissons un moment l'assurance et penchons-nous sur le marché des voitures d'occasion²⁷. D'abord, nous constatons que le marché des voitures d'occasion vieilles d'un an est plutôt réduit. Pendant de longues périodes en effet, dans une ville donnée, peu de voitures vieilles d'un an sont mise en vente par des particuliers, et celles qui le sont éveillent la méfiance. On se demande pourquoi le propriétaire veut les vendre si tôt.

La caractéristique essentielle d'une voiture d'occasion est que le vendeur connaît mieux la qualité du produit que l'acheteur. Les probabilités qu'une voiture soit remise en vente peu après l'achat sont plus élevées si elle est de mauvaise qualité. Si le prix des voitures neuves ne diminuait qu'un peu après la vente, bien des gens pourraient décider de changer de voiture tous les ans. Mais la proportion des mauvaises voitures serait alors très élevée. Comme les acheteurs ne peuvent facilement distinguer les bonnes voitures d'occasion des mauvaises, la valeur des voitures neuves diminue rapidement. Les propriétaires qui avaient l'intention de revendre leur bonne voiture presque neuve n'ont aucun avantage à le faire. Il est possible qu'à mesure que les prix baissent, la valeur moyenne des voitures qui arrivent sur le marché diminue encore plus rapidement. Seuls les propriétaires qui estiment la valeur de leur voiture inférieure à celle du prix du marché mettront leur voiture en vente.

L'achat de voitures pourrait donc être inexistant. En effet, l'anti-sélection exercée par les propriétaires fait en sorte que les acheteurs risquent fort de faire une mauvaise affaire. Il existe toujours des gens prêts à acheter et d'autres qui veulent vendre, mais ils sont incapables de se rencontrer parce que l'acheteur se trouve dans l'impossibilité d'évaluer la qualité réelle du produit.

Il peut se produire un phénomène identique dans l'assurance. Les personnes qui présentent un risque faible veulent acheter de l'assurance à un prix qui reflète ce risque, et les compagnies aimeraient la leur vendre contre une prime équitable. Mais elles n'arrivent pas à distinguer les clients à risque élevé et les clients à risque faible. Si les compagnies ne peuvent distinguer les clients qui disent la vérité de ceux qui mentent, les clients honnêtes à risque faible sont obligés de payer une prime moyenne qui comprend la couverture garantie aux clients à risque élevé. Cela

peut ne pas être profitable. Les primes augmentent donc parce que seules les personnes à risque élevé auront encore avantage à acheter de l'assurance. Il est possible qu'à chaque prime corresponde une anti-sélection assez forte pour que la compagnie subisse des pertes. Le cas échéant, il se pourrait qu'aucune assurance ne soit offerte. Pourtant, chaque individu serait prêt à en acheter à un prix qui reflèterait son propre facteur risque.

Il se peut que l'anti-sélection pose un problème pour le marché de l'assurance RC produits, mais nous ne disposons pas d'assez de données pour le déterminer. L'une des difficultés rencontrées est que d'ordinaire, l'assurance RC produits fait partie d'une police générale. Ce n'est qu'aux États-Unis, où la responsabilité du fait des produits fait l'objet de controverses, que des polices distinctes sont fréquentes. Les comités du Congrès américain ont reçu des plaintes à l'effet que l'assurance RC produits faisait défaut ou n'était offerte qu'à des taux beaucoup trop élevés qui ne reflétaient pas le risque réel du fabricant²⁸. Or si les taux sont élevés, c'est qu'il est impossible de distinguer les producteurs à faible risque des producteurs à risque important.

On trouve dans des études plusieurs solutions à l'imperfection du marché que crée l'anti-sélection. Malheureusement, il s'agit de tentatives visant à poser le problème à l'intérieur d'un modèle théorique, et non de solutions pratiques. Deux solutions se présentent à l'évidence: l'assurance obligatoire et un moyen plus efficace de distinguer les souscripteurs en fonction du risque qu'ils présentent. Cependant, ces deux solutions entraînent des coûts additionnels, et il n'est pas certain qu'elles constituent des solutions du second rang.

NOUVEL ÉCLAIRAGE SUR LE PROBLÈME DES PRODUITS HASARDEUX

On peut poser le problème des produits hasardeux à partir des principaux moyens d'optimiser le risque: la dissuasion et l'assurance. Le bien-être de la société s'accroît lorsque les producteurs fabriquent des produits dont la sûreté et le rendement sont optimaux. Il faut pour cela que la dissuasion soit suffisante, ce qui implique souvent l'internalisation des coûts externes du fabricant.

Toutefois, le niveau optimal de dissuasion n'est pas nécessairement lié à l'indemnisation doit assumer les coûts qu'il impose aux autres, mais il n'est pas obligé d'indemniser la personne qui a subi les pertes. Que le risque soit transféré du consommateur au fabricant ne garantit pas qu'il sera mis en commun ou réparti assez efficacement pour que la réduction du risque soit optimale.

Il est possible d'établir un régime d'assurance qui indemniserait les victimes d'accidents et un régime tout à fait indépendant de dissuasion et de pénalités à l'intention des fabricants. L'indemnisation serait adaptée aux besoins du consommateur, tandis que les pénalités seraient fixées de manière que la dissuasion soit optimale.

L'assurance RC produits ne peut augmenter la dissuasion que si le fabricant paie une prime qui tient suffisamment compte du risque de pertes pour qu'il ait avantage à viser un taux de défektivité optimal. Si la prime n'est pas liée au risque, l'assurance RC produits ne fait qu'affaiblir l'effet dissuasif de la loi.

L'appareil judiciaire tente d'avoir un effet dissuasif sur le fabricant quand il internalise les coûts de ce dernier. Toutefois, les tribunaux n'ont malheureusement pas toujours une vision très claire de leurs objectifs, et tentent souvent tout à la fois d'assurer l'indemnisation* des victimes, la réduction du risque et la dissuasion. Comme aucun motif n'exige que ces trois objectifs soient poursuivis par les mêmes moyens, il n'est pas surprenant que l'appareil judiciaire soit souvent accusé de n'en atteindre aucun efficacement ou équitablement.

L'assurance demeure utile parce que les consommateurs courent des risques et subissent des pertes même si le niveau de sûreté des produits est optimal. Les consommateurs se trouvent en effet devant un problème: ils courent beaucoup de risques contre lesquels il n'existe aucune assurance privée ni gouvernementale. On peut considérer les tribunaux comme le recours ultime qui permet d'obtenir une indemnisation, mais comme les poursuites judiciaires sont coûteuses et donnent des résultats imprévisibles, elles constituent une méthode très inefficace d'indemnisation et de réduction du risque. Sans compter qu'elles peuvent n'être guère dissuasives non plus.

*Nous employons ici le terme "indemnisation" comme un équivalent approximatif d'"assurance".

Le problème posé par la responsabilité du fait des produits que tentent aujourd'hui de résoudre les États-Unis et qui pourrait se poser demain au Canada découle selon nous d'une imperfection du marché qui se caractérise par l'absence d'information et d'assurance adéquates. Aux États-Unis, on a tenté de corriger cette imperfection en modifiant les règles de responsabilité et en chargeant les tribunaux d'assurer l'indemnisation, la réduction du risque et la dissuasion. Comme nous l'avons vu, cette méthode est inefficace car ses trois objectifs entrent souvent en conflit. Au Canada, si nous avons évité que la responsabilité du fait des produits n'engendre des situations critiques, c'est en grande partie grâce aux régimes d'assurance, et surtout grâce à l'assurance-maladie et aux régimes d'indemnisation des accidentés du travail. Toutefois, ces régimes ne font que camoufler le problème en se concentrant sur l'indemnisation. On n'a pas tenté d'améliorer en même temps les méthodes de dissuasion, et la couverture garantie par l'assurance comporte encore d'importantes faiblesses.

L'assurance demeure le meilleur moyen d'indemniser les personnes qui subissent des pertes à cause de produits hasardeux. Cependant, l'assurance RC produits vise avant tout à protéger les avoirs du fabricant et non à indemniser les consommateurs. L'assurance-accidents pour les victimes potentielles semble donc être un bien meilleur moyen d'indemniser équitablement les consommateurs. Elle réduit le risque qu'ils courent et augmente ainsi le bien-être collectif. Toutefois, si aucun système ne vient pénaliser les fabricants de produits dangereux, l'assurance-accidents peut diminuer la dissuasion.

Notre analyse souligne les avantages que comporterait l'instauration d'un régime national d'assurance-accidents au Canada. Le niveau de dissuasion pourrait être maintenu au moyen d'un système plus ou moins rigide de contrôle de la sûreté des produits. On pourrait se servir à cette fin de l'appareil judiciaire ou d'un système différent, plus souple, qui mettrait des techniciens à contribution. Le Canada ne serait pas le premier pays à adopter un régime de ce genre. Il en existe un en Nouvelle-Zélande depuis 1974. De plus, le Canada possède déjà un régime national d'assurance-accidents, quoiqu'il n'indemnise que les victimes d'accidents du travail. Dans le chapitre suivant, nous étudierions l'indemnisation des accidentés du travail et le régime néo-zélandais afin d'étayer davantage notre proposition d'instauration d'un régime national d'assurance-accidents.

CHAPITRE 9 - POUR UN RÉGIME NATIONAL D'ASSURANCE- ACCIDENTS

Nous pourrions beaucoup mieux protéger les consommateurs contre les produits hasardeux en créant un régime global d'assurance-accidents sans égard à la faute. Ce régime, qui serait sans doute administré par le gouvernement, pourrait aussi résoudre le problème toujours plus pressant de la responsabilité du fait des produits. Nous n'aurions pas à le créer à partir du néant: il suffirait d'étendre les régimes d'indemnisation des accidentés du travail pour couvrir tous les types d'accidents. Pour avoir une idée claire de la tâche à accomplir, nous perlerons d'abord, dans le présent chapitre, de l'indemnisation des accidentés du travail telle qu'elle existe actuellement au Canada. Ensuite, nous étudierons le régime global d'assurance-accidents en vigueur en Nouvelle-Zélande.

PRINCIPES FONDAMENTAUX DE L'INDEMNISATION DES ACCIDENTÉS DU TRAVAIL

Au Canada, les formes modernes d'indemnisation des accidentés du travail originent d'une Commission royale qui a siégé en 1910, sous la présidence de Sir William Meredith, juge en chef¹. Le rapport du président énonçait sept principes sur lesquels s'appuient, encore aujourd'hui, les régimes canadiens d'indemnisation des accidentés du travail:

1. L'indemnisation des accidentés du travail ne se fonde pas sur la notion de faute. Le travailleur peut être indemnisé même si son employeur n'est pas responsable de l'accident. Ainsi, un camionneur blessé lors d'une collision avec une voiture de tourisme peut recevoir des indemnités.
2. L'indemnisation se fonde sur la responsabilité collective. Les cotisations que doit verser une entreprise au fonds d'indemnisation ne sont pas fixées en fonction de ses propres antécédents au chapitre de la sécurité, mais plutôt en fonction de la moyenne de ceux du secteur industriel auquel elle appartient. On a cependant modifié ce principe il y a quelques années, de sorte que les

cotisations varient maintenant en fonction des antécédents (du mérite) de chaque entreprise.

3. Les employeurs doivent considérer leurs cotisations comme des frais généraux et ne sauraient les déduire des salaires. Étant donné qu'elles entrent dans les frais généraux, les cotisations influent bien sûr sur les salaires et avantages sociaux que les employeurs peuvent offrir à leur employés.
4. Afin d'éviter les frais de justice, l'administration est confiée en exclusivité à une commission indépendante. L'employé qui accepte d'être indemnisé pour un accident du travail ne peut employer les voies judiciaires sauf dans les circonstances, les plus exceptionnelles, c'est-à-dire, par exemple, s'il y a eu négation de ses droits fondamentaux ou si la commission a outrepassé sa compétence. En général cependant, le travailleur n'a aucun droit d'appel en dehors de la Commission.
5. L'indemnisation est déterminée à partir d'une enquête et non d'une contestation. La Commission n'est pas soumise aux règles de la preuve et n'a pas à prendre de procédures longues et coûteuses. L'enquête permet de connaître plus efficacement la vérité que la contestation par voie judiciaire. En outre, l'indemnisation est offerte sous forme de versements plutôt que de somme forfaitaire, de sorte que si l'état de l'employé change, elle peut changer aussi.
6. La réadaptation du travailleur, mesurée d'après la restauration de sa capacité de gain, est au coeur même du régime d'indemnisation. C'est pourquoi la Commission subventionne certains types de recherche médicale, tient un hôpital et un centre de réadaptation et aide le travailleur à se trouver un emploi qui convienne à son état de santé.
7. Si un travailleur accepte d'être indemnisé en vertu du régime, il ne peut poursuivre en dommages-intérêts aucune entreprise ni aucun employé couvert par le régime. Ce principe retire à l'employé le droit d'intenter des poursuites pour délits et quasi-délits* et accorde à toutes les entreprises participant au régime l'équivalent d'une assurance

*Le "tort" du droit coutourier anglais recouvre deux notions du droit civil français: le délit (acte dommageable volontaire) et le quasi-délit (acte dommageable involontaire, ou accident) (n. de la t.)

complète contre les risques de responsabilité civile. Toutefois, l'employé peut poursuivre une entreprise ou une personne qui ne cotise pas au régime d'indemnisation des accidentés du travail.

POINTS FORTS ET POINTS FAIBLES

Nous ne tenterons pas ici d'évaluer en détail le régime d'indemnisation des accidentés du travail. Toutefois, nous ferons quelques observations pour en souligner les points forts et les points faibles.

Ce que frappe peut-être le plus, c'est le niveau peu élevé des frais d'administration. Alors que l'assurance vendue sur le marché comporte d'ordinaire des frais d'administration qui représentent de 40 à 50 p. cent du total des primes reçues, ceux du régime d'indemnisation des accidentés du travail ne sont que de l'ordre de 7 p. cent. De plus, l'ensemble de la société canadienne doit réaliser des épargnes remarquables en termes de procès interminables et de poursuites pour responsabilité du fait des produits. Ainsin, on estime qu'aux États-Unis, de 50 à 85 p. cent des poursuites pour responsabilité du fait des produits sont intentées par des victimes d'accidents du travail. Comme, au Canada, la plupart des employés qui recourent au régime d'indemnisation n'ont pas le droit d'emprunter les voies judiciaires, on constate l'ampleur des économies que permet cette alternative.

Il faudrait par ailleurs se demander si le faible niveau des frais d'administration et les épargnes réalisées en termes de poursuites judiciaires n'ont pas été obtenus au détriment de droits fondamentaux du travailleur et si, en définitive, les avantages nets du régime ne s'en trouvent pas diminués. Nous voudrions aussi savoir si l'on pourrait conserver les bons côtés du régime d'indemnisation - particulièrement ses avantages économiques - tout en éliminant ses plus graves faiblesses. Examinons donc ces faiblesses et cherchons à établir les possibilités d'amélioration.

Dans un régime sans notion de faute, l'employé blessé n'a pas à prouver que l'employeur a commis une faute. Cela ne signifie pas pour autant qu'il sera indemnisé si l'accident découle d'une négligence de sa part. Par définition, un accident se produit par suite de l'acte volontaire et

intentionnel d'une autre personne, ou provient, par hasard, d'une cause naturelle. Pourtant il doit exister dans le travail de la victime quelque chose qui a causé ou occasionné les dommages corporels. L'employé doit agir raisonnablement et faire ce qu'il croit être conforme intérêts de son employeur. "Il ne sera pas indemnisé s'il est blessé pendant qu'il s'adonne à un jeu brutal, fait des bêtises ou participe à une querelle, puisque ces activités ne font pas partie de son travail²." Cette prévention vise à dissuader les employés de se placer dans de telles conditions en ne leur reconnaissant pas le droit à l'indemnisation si elles occasionnent des accidents.

L'ouvrier dont la conduite a été fautive n'a donc pas droit à l'indemnisation. Cela semble beaucoup plus sévère, par exemple, que la pénalité imposée à l'employeur qui est aussi coupable de complotement fautif. La loi protège complètement les employeurs contre les poursuites judiciaires³. Chaque employeur est également protégé de trois manières contre les pénalités qui pourraient lui être imposées sous forme de hausse des primes. D'abord, les primes ne peuvent pas être modifiées à moins que les deux tiers des entreprises acceptent, au cours d'un vote collectif, l'instauration d'un régime fondé sur le mérite. Ensuite, chaque compagnie est évaluée en fonction de ses antécédents globaux et non en fonction de la cause particulière d'un accident. Enfin, les hausses de primes sont prescrites par les règlements de la Commission et n'ont aucun rapport avec l'importance des pertes ou des coûts de prévention. Ainsi, en Ontario, en 1971, parce qu'elles avaient des taux d'accident trop élevés, 70 entreprises se sont vu imposer des pénalités pour les quatre années précédentes, 27 pour les cinq années précédentes et 23 pour les six années précédentes. (Environ un quart de pénalités sont annulées en appel.) Les pénalités sont fixées de la façon suivante: l'entreprise paie en supplément 100 p. cent de la prime pour la première année et 25 p. cent de la prime pour chaque année supplémentaire⁴.

On applique le principe du mérite pour tenter de remplacer celui de la responsabilité collective, en vertu duquel tous les membres d'un groupe paient une prime nivelée, quels que soient les risques qu'ils représentent. Soulignons que ce sont plaints de ce que certaines entreprises aux antécédents médiocres bénéficiaient d'un traitement de choix⁵. Dans une telle situation, le risque moral engendré par l'assurance et par l'immunité face aux tribunaux s'est probablement traduit par une hausse de coûts pour certaines entreprises à risque faible qui ne voulaient

pas abaisser leurs normes de sécurité. Il est intéressant de noter que les employés n'ont pas fait pression sur la Commission pour qu'elle impose des primes différentielles comme moyen de dissuasion.

En vertu d'une décision de l'assemblée législative et de la Commission, les travailleurs n'ont accès à aucun des dossiers et rapports médicaux qui portent sur eux. Ils ne peuvent consulter que des résumés qui ne donnent pas l'identité des médecins⁶. Cette pratique, l'un des aspects les plus violemment critiqués du régime, est justifiée par des raisons du type suivant: "Si un médecin pratique dans une ville où presque toute la population travaille pour la même compagnie, ou dans une situation semblable, il pourrait ne pas dire toute la vérité dans son rapport à ses confrères médecins de la Commission, sachant que plus tard, son rapport serait communiqué au client⁷". En outre, on souligne que les médecins pourraient demander des honoraires plus élevés si leur témoignage ne demeurerait pas confidentiel.

Le régime d'indemnisation des accidentés du travail, tout comme le régime d'assurance-chômage et les régimes provinciaux d'assurance-maladie, ne permet pas à l'assuré de choisir le niveau de sa protection. En 1971, les indemnités payables en cas d'invalidité totale et permanente s'élevaient au maximum à \$562.50 par mois⁸. Qui conque a un revenu bien supérieur à cette somme pourrait très bien vouloir l'assurer de manière à recevoir des mensualités plus élevées, mais il n'en a pas le droit. On peut d'ordinaire suppléer aux faiblesses des régimes provinciaux d'assurance-maladie en prenant une assurance privée. Il serait intéressant de savoir dans quelle mesure cette possibilité existe pour les accidents reliés au travail, et dans quelle mesure on y recourt. Le régime d'indemnisation des accidentés du travail fournit une police d'assurance-vie qui, en 1971, garantissait des mensualités de \$175 au conjoint et de \$60 à chaque enfant.

La réadaptation des travailleurs qui ont subi des dommages corporels a toujours une importance primordiale. Le régime diffère donc en cela d'une assurance ordinaire, puisque la Commission décide de la façon dont les indemnités doivent être dépensées. Dans une étude économique, on a comparé les réclamations de 1927-1928 à celles de 1965-1966 afin d'avoir un portrait comparatif de la situation qui a précédé l'instauration des services de rééducation physique et professionnelle et de celle qui l'a suivie. On a découvert que sur toute la vie du travailleur, le bénéfice économique net des services de réadaptation

s'élevait à \$15 200 (dollars de 1966). Le taux de rendement du coût moyen de la réadaptation se situait à un niveau impressionnant puisqu'il était presque toujours de 400 p. cent, et de 3,000 p. cent dans les cas de blessures à la tête⁹.

Certains de ces bénéfiques peuvent provenir de facteurs comme l'amélioration des techniques médicales, une attitude plus éclairée des employeurs à l'égard des invalides* ou une plus grande mobilité professionnelle. Néanmoins, il serait étonnant que les efforts de réadaptation ne donnent pas un rendement économique élevé.

Malheureusement, l'effet dissuasif de ce régime n'est pas suffisant, et c'est là une faiblesse importante. En fixant les primes au mérite, on compte sur les facteurs d'incitation du marché pour favoriser un comportement optimal. On a évalué dans une étude le montant de la pénalité qui pousserait une entreprise à prendre des mesures de sécurité. On a découvert que des pénalités relativement élevées, de l'ordre de \$1 600 à \$3 100 par blessure, ne ferait baisser le taux d'accidents que de 10 p. cent¹⁰. Même se ces résultats sont assez approximatifs, ils montrent combien il est difficile pour un régime d'assurance de créer un niveau optimal de dissuasion.

Si les facteurs d'incitation du marché paraissent insuffisants, deux solutions sont possibles: l'immobilisme ou l'adoption d'une méthode de contrôle direct. La Commission des accidents du travail pourrait par exemple fournir des données aux organismes qui réglementent la sécurité au travail ou s'impliquer davantage dans cette réglementation. Le choix de cette dernière voie laisse prévoir quelques problèmes, puisque le gouvernement américain s'est attiré de nombreuses critiques en adoptant la loi sur la santé et la sécurité au travail (Occupational Safety and Health Act). Toutefois, on doit bien pouvoir trouver une solution acceptable sans se cautionsner dans l'immobilisme et sans imposer à la société une surabondance de règlements qui risquerait de susciter de vives controverses.

*Le terme "invalidé" désigne le personne incapable de mener une vie active, de travailler, du fait de son état de santé, de ses blessures ou de ses infirmités (n. de la t.)

Dans l'ensemble, on peut conclure que le régime d'indemnisation des accidentés du travail, malgré ses faiblesses, offre des polices d'assurance de base qui conviennent à la fois à la main-d'oeuvre, au monde des affaires et au gouvernement. Il rapporte des avantages indéniables aux employeurs, aux employés et à l'ensemble des consommateurs. Demandons-nous maintenant s'il devrait couvrir aussi les accidents qui se produisent hors des lieux de travail. Bien qu'il n'existe pas de réponse définitive à cette question, un examen du régime néo-zélandais d'assurance-accidents peut nous aider à voir ce que nous devrions faire ici.

L'ASSURANCE-ACCIDENTS EN NOUVELLE-ZÉLANDE

Le plus globale des régimes d'assurance-accidents de tous les pays de droit coutumier* est entré en vigueur en avril 1974, en Nouvelle-Zélande. Le régime traditionnel d'indemnisation, fondé sur les délits et quasi-délits, a été remplacé par une assurance-accidents sans égard à la faute qui s'inspire largement des grands principes de l'indemnisation des accidentés du travail. Le nouveau régime a eu des incidences sur toute l'organisation de la sécurité sociale (indemnisation des accidentés du travail, assurance-maladie, assurance-automobile, prestations d'assurance-chômage, assurance sociale et bien-être social).

L'Australie semblait décidée à suivre l'exemple de la Nouvelle-Zélande quand elle a déposé, en 1977, un projet de loi prévoyant la création d'un régime national de réadaptation et d'indemnisation (National and Compensation Bill). Mais suite à un changement de gouvernement, le projet de loi a été envoyé aux oubliettes. Le projet de loi australien, qui tient en 61 pages, est très clair, tandis que la loi néo-zélandaise, qui s'étend sur 249 pages, est souvent jugée incompréhensible, notamment à cause des longs amendements adoptés en 1974 et 1975¹¹. Nous nous pencherons principalement sur la Nouvelle-Zélande, où la loi est en vigueur, mais nous prendrons quelquefois le projet de loi australien comme point de comparaison.

*"Common law" (n. de la t.)

Éléments de base

Nous ne pouvons pas juger dans quelle mesure le Canada pourrait s'inspirer de l'exemple néo-zélandais sans connaître un peu les ressemblances et les différences qui existent entre les deux pays. Le Canada compte environ 23 millions d'habitants tandis que la Nouvelle-Zélande n'en a que trois millions. Le faible niveau démographique et l'isolement favorisent une unité et une confiance à l'égard du gouvernement qui n'existent pas au Canada, de nos jours du moins. On estime que ces sentiments ont beaucoup aidé la Nouvelle-Zélande à se situer à l'avant-garde de tous les autres pays avancés du monde occidental en matière d'assurance-accidents¹².

Par contre, l'instauration de l'assurance-accidents a engendré là-bas des problèmes qui ne se poseraient pas ici. L'indemnisation des accidentés du travail et l'assurance-automobile relevaient toutes deux de compagnies privées qui ont donc perdu une très grande part de leur marché¹³. Au Canada, l'indemnisation des accidentés du travail est de compétence provinciale, tandis que l'assurance-automobile, longtemps fournie par le secteur privé, est maintenant offerte à presque toute la population par les gouvernements provinciaux.

Avant l'adoption de la nouvelle loi, le gouvernement néo-zélandais défrayait déjà une grande partie des soins médicaux¹⁴. Les soins hospitaliers sont d'ordinaire gratuits dans les institutions publiques, les honoraires des médecins sont payés par l'État, tout comme les médicaments prescrits par une ordonnance, et tous les enfants de moins de 16 ans ont accès à des soins dentaires gratuits¹⁵. Pour ce qui est de la santé, les situations canadienne et néo-zélandaise se ressemblent donc beaucoup.

Le droit coutumier de la Nouvelle-Zélande est lui aussi semblable à celui du Canada. Aucun des deux pays n'a adopté la responsabilité sans faute du fabricant. L'appareil judiciaire réglait les cas de dommages corporels à peu près de la même façon qu'au Canada, à cette différence près qu'en Nouvelle-Zélande, le travailleur pouvait poursuivre son employeur en justice pour un accident relié au travail. S'il était incapable de prouver qu'il y avait eu négligence et perdait son procès, il avait quant même le droit de recevoir des versements du fonds d'indemnisation¹⁶. Cette situation ressemblait davantage à celle des États-Unis qu'à celle du Canada, où l'employeur participant au régime d'indemnisation des accidentés du travail est à l'abri de ce genre de poursuites

judiciaires. Sous ce rapport, la nouvelle loi place les travailleurs et employeurs néo-zélandais dans une situation analogue à celle du Canada.

Les dommages-intérêts accordés par un jugement dans des cas de dommages corporels n'atteignaient jamais les montants très élevés qui sont accordés aux États-Unis, mais on estime qu'ils dépassaient ceux du Royaume-Uni¹⁷. Une décision rendue en 1971 par la Cour d'appel de la Nouvelle-Zélande laissait entendre qu'il faudrait des circonstances hautement exceptionnelles pour justifier des dommages-intérêts de \$NZ 20 000 pour douleurs et souffrances et pour perte de jouissance de la vie. Les verdicts de \$NZ 10 000 étaient assez communs tandis que les verdicts supérieurs à \$NZ 60 000 étaient inhabituels. Ces montants comprenaient les frais médicaux puisque les demandeurs devaient chercher la guérison. S'ils parvenaient à se rétablir, ils remboursaient à l'État les frais médicaux et hospitaliers¹⁸.

Notons aussi que les indemnités à des bénéficiaires subsidiaires* étaient et demeurent illégales en Nouvelle-Zélande, tandis qu'au Canada, la loi varie selon les provinces.

LES POINTS FORTS DE LA LOI

Il ne fait aucun doute que la loi néo-zélandaise insiste sur l'indemnisation au détriment de la dissuasion. Elle réduit le risque de perte pour presque toute la population, ce qui, de toute évidence, améliore le bien-être collectif. Toutefois, pour avoir une vision équilibrée du régime, nous devons mettre en parallèle ses coûts et ses avantages. Dans la présente section, nous examinerons les aspects de la loi qui paraissent avoir rapporté les avantages les plus importants. Dans la section suivante, nous aborderons les aspects les plus faibles. Puis nous verrons comment le Canada pourrait éviter certains de ces coûts tout en se garantissant les avantages d'un régime d'indemnisation des victimes d'accident.

*"Contingent fees" (n. de la t.)

L'assurance couvre aussi bien les personnes qui ont un revenu que celles qui n'en ont pas. A quelques exceptions près, elle est donc universelle. L'indemnisation se fait par versements et sous la forme d'une somme forfaitaire. Les versements périodiques remplacent les pertes de revenu et équivalent à 80 p. cent de ce revenu. Le maximum de ces versements représente plusieurs fois le revenu annuel moyen déclaré sur les formules d'impôt¹⁹. Les sommes forfaitaires peuvent atteindre \$NZ 7 000 pour invalidité totale et permanente ou invalidité partielle, et \$NZ 10 000 pour douleurs et souffrances et pour perte de jouissance de la vie. Si la victime n'avait pas de revenu, elle n'est admissible qu'au paiement de la somme forfaitaire, des frais de réadaptation et des frais médicaux. En cas de décès, les personnes à charge sont protégées par une forme d'assurance-vie. En général, par rapport au revenu annuel moyen, le régime néo-zélandais semble beaucoup plus généreux que le nôtre, surtout pour ce qui a trait au maximum des versements et aux sommes forfaitaires.

Il est intéressant de noter qu'en cas de dommages corporels, la loi prévoit non seulement l'indemnisation des victimes de crimes, mais aussi celle des criminels. Ainsi, une personne qui travaille de 9 à 5 et fait des vols de banque le soir se verra indemnisée pour ses pertes de revenu si elle est blessée par un coup de feu et ne peut plus travailler. La loi australienne, par contre, ne couvre pas les blessures d'un meurtrier et suspend les versements aux personnes emprisonnées²⁰.

La personne qui a subi des dommages corporels n'a pas le droit de refuser l'indemnisation pour intenter des poursuites au civil, ce que permet le régime ontarien.

Un des points les plus positifs du régime néo-zélandais, en comparaison du moins avec l'attitude hautement bureaucratique de la Commission ontarienne, est le droit d'appel du citoyen. La Commission ontarienne détient en effet l'autorité suprême et interdit les procédures d'appel devant les tribunaux. A l'origine, en Nouvelle-Zélande, une commission royale avait recommandé le même processus, tout en autorisant l'intéressé à interjeter appel auprès de la Cour suprême sur un point de droit. Les avocats du pays s'étaient toutefois opposés à cette recommandation, alléguant que les responsables du régime d'assurance seraient juge et partie dans une beaucoup trop large mesure. C'est pourquoi on a finalement adopté le processus suivant:

1. application de la décision initiale
2. révision de l'application lors d'une audience de la Commission
3. appel à une autorité d'appel indépendante
4. appel à la Cour d'appel avec permission.

Ce processus fonctionne très bien, en partie parceque des procédures étendues et équitables de révision se déroulent aux premières étapes²².

En termes monétaires, le régime néo-zélandais présente un avantage de taille: il permet d'épargner une grande partie des honoraires d'avocat et frais judiciaires associés à l'ancien système de recouvrement fondé sur les délits et quasi-délits. Comme le notait Geoffrey W.R. Palmer, professeur de droit en Nouvelle-Zélande: "Bien que les détails de certaines cas soumis à la révision présentent un intérêt certain du point de vue social, il est remarquable de voir combien les points en litige sont sobres de dénués d'intérêt juridique. Finis, les grands débats pour déterminer le fautif! En lisant les décisions, on est avant tout frappé par leur simplificté. La plupart des cas tiennent en deux ou trois pages dactylographiées. Tout le décorum des procès à la Westminster* est disparu. La nouvelle loi sur les accidents ne s'entoure d'aucun mysticisme et ne donne lieu à aucune merveilleuse petite tragédie. Pourtant, bien des gens qui n'avaient rien reçus sous les anciens régimes ont été indemnisés, et rapidement²³".

LES POINTS FAIBLES DE LA LOI

La plus grande faiblesse de la loi se manifeste dans l'accent exclusif qu'elle met sur l'indemnisation au détriment de la dissuasion. Trois options générales s'offrent aux organisateurs d'un régime d'assurance: les facteurs d'incitation financiers, les normes de sécurité et l'insouciance. La Commission néo-zélandaise a choisi l'insouciance tout en mettant en place quelques facteurs d'incitation financiers. Elle n'a en effet aucun pouvoir réel de déterminer la cause des accidents ou d'imposer des normes de sécurité.

*Westminster est l'un des plus vieux quartiers de Londres. Il abrite les palais de justice de la ville, et particulièrement Westminster Hall, où eurent lieu les procès de Thomas More, Richard II, Charles Ier ... (n. de la t.).

Le manque de dissuasion financière dépend surtout de la source des fonds et de leur mode de prélèvement. Les employeurs et les travailleurs autonomes fournissent 63 p. cent des fonds, les propriétaires et conducteurs de véhicules à moteur 22 p. cent et le service national de santé 15 p. cent²⁴. A l'intérieur de ces trois catégories générales, les taux varient assez peu. Par exemple, les contributions des employeurs sont basées sur une catégorisation industrielle et vont de \$.25 à \$5.00 par tranche de \$NZ 100 de salaire²⁵. Par contre, dans le cadre du régime ontarien, les contributions varient entre \$.15 et \$13.00 par tranche de \$100 de salaire, et le mode de prélèvement comporte une structure de mérite et de démérite qui peut multiplier par 3.25 la contribution des récidivistes et réduire de 50 p. cent celle des compagnies dont les antécédents de sécurité demeurent bons. En Nouvelle-Zélande, il n'y a aucune distinction entre les accidents survenus sur les lieux de travail et en dehors. Tous les travailleurs autonomes versent une contribution constante de \$1 par tranche de \$100 de salaire, quel que soit le risque encouru. Ainsi, deux personnes exerçant le même métier dans la même industrie paient des taux différents selon qu'elles sont ou non des travailleurs autonomes, sans que l'écart des taux reflète la différence du risque qu'elles encourent.

Si l'on veut créer un effet de dissuasion à partir de taux différentiels, la collecte et l'analyse de l'information prennent une importance déterminante. Or en informatique, la Nouvelle-Zélande est un pays sous-développé. Dans ses recommandations originales, la Commission royale s'attendait que le nouveau régime amènerait des données valables à partir desquelles on pourrait fixer des normes de sécurité. Elle déclarait que la Commission d'indemnisation des accidentés "(...) grâce à un personnel compétent et à une direction imaginative (...) pourrait dessiner un portrait statistique sans doute plus détaillé que dans tout autre pays. L'information ainsi recueillie pourrait constituer l'un des avantages importants d'une appréhension globale du problème des dommages corporels et apporter une aide inestimable à ceux qui tentent d'abrégier la liste sans fin des victimes²⁶". Malheureusement, constate le Professeur Palmer, deux ans d'application du régime n'ont pas fait apparaître de tels chiffres.

La Commission aurait pu avoir le droit de fixer des normes, directement ou conjointement avec d'autres organismes, mais la loi ne lui donne aucun pouvoir réel à cet effet. Elle se contente de lui confier un rôle de coordonnatrice des efforts de prévention. La Commission a des fonds pour financer

des programmes et des recherches en matière de sécurité, et elle tente d'intéresser la communauté à cette question, mais malgré son argent, son enthousiasme et son tact, elle n'obtient pas tous les résultats voulus. Sous ce rapport, sa situation est bien semblable à celle de la Commission ontarienne.

Les frais d'administration du régime néo-zélandais sont plutôt élevés, puisqu'ils représentent 18 p. cent des indemnités versées²⁷. En Ontario, cette proportion est d'environ 7 p. cent²⁸. Cependant, le pourcentage pourrait diminuer en Nouvelle-Zélande au cours des prochaines années, une fois que la période démarrage sera terminée et que les déboursés s'accroîtront par rapport aux prélèvements.

Le régime doit s'autofinancer et accumuler dans le moment d'importantes réserves en prévision des déboursés futurs. On peut toutefois se demander s'il continuera de s'autofinancer ou si, comme il arrive si souvent dans les cas de régimes publics d'assurance, on ne devra pas puiser dans les autres fonds publics²⁹.

L'une des différences le plus marquées entre le régime néo-zélandais et les régimes canadiens se situe au niveau de la réadaptation. La Nouvelle-Zélande manque de personnel compétent et ne semble pas faire un travail de réadaptation aussi poussé que notre pays. Le Professeur Palmer qualifie ce secteur de Cendrillon des services sociaux néo-zélandais³⁰.

ET MAINTENANT, QUE FAIRE?

L'instauration d'un régime global d'assurance-accidents s'inscrit logiquement dans une législation complète sur la sécurité sociale. La Nouvelle-Zélande nous montre qu'un tel régime est abordable et réalisable. L'Australie semble décidée à la suivre dès que le moment sera opportun. Le Canada, étant donné son régime avancé de bien-être, son régime d'indemnisation des accidentés du travail, son assurance-automobile et son régime de revenu minimum garanti (récemment instauré au Québec) pourrait sans doute établir un régime global d'assurance-accidents moyennant des frais moindres que la plupart des autres pays. Ce qu'il nous faut maintenant, c'est recueillir de l'information sur les écarts actuels entre les régimes d'assurance existants et sur les types de pertes dont un régime d'assurance-accidents pourrait libérer les individus.

Un régime universel d'assurance-accidents rapporterait des avantages incontestables: les procès interminables ne seraient plus nécessaires, et tant les producteurs que les consommateurs bénéficieraient d'une réduction du risque de se voir infliger des pertes catastrophiques.

Les effets négatifs que le régime pourrait avoir sur la dissuasion posent cependant un problème de taille. On néglige l'aspect dissuasif plus par choix que par nécessité. La Nouvelle-Zélande a efficacement réglé l'indemnisation en remplaçant le système de contestation judiciaire par un système d'enquête relativement souple. Quel motif empêcherait de faire la même chose pour la dissuasion? Le Canada n'a pas autant de problèmes que la Nouvelle-Zélande avec l'informatique. Les ordinateurs abondent et ne coûtent pas cher. On pourrait analyser les données d'un régime d'assurance-accidents et instaurer un mode de prélèvement en s'inspirant peut-être de celui de l'indemnisation des accidentés du travail. Quand il apparaîtrait que les facteurs d'incitation financiers ne sont pas suffisants pour motiver le comportement social désirable, on pourrait fixer des normes minimales de sécurité pour les contrevenants. Toutefois, le pouvoir de normalisation devra être conçu et accordé avec une grande prudence afin de ne pas susciter de ces critiques - souvent justifiées - de régulation excessive. Le Canada voudrait sûrement éviter, par exemple, les excès que l'on a attribués à la loi américaine sur la santé et la sécurité au travail (U.S. Occupational Safety and Health Act).

Il est possible d'instaurer un régime d'assurance tout en établissant un niveau satisfaisant de dissuasion. L'assurance et la dissuasion contribueront toutes deux à la réduction du risque. Actuellement, le secteur privé offre peu de régimes globaux d'assurance-accidents. Comme nous l'avons expliqué dans le chapitre précédent, cela provient de plusieurs raisons. Pourtant, le besoin est immense. L'expérience du régime canadien d'indemnisation des accidentés du travail et du régime néo-zélandais d'assurance-accidents nous enseigne qu'il coûte beaucoup moins cher au secteur public qu'au secteur privé de parvenir à une réalisation de ce genre. L'instauration d'un régime universel d'assurance-accidents peut sûrement être considérée comme un progrès notable en matière de législation sociale. Étant donné la hausse des coûts qui sévit dans les cas de responsabilité du fait des produits et l'intérêt que porte la population aux produits dangereux, la question qu'il faut se poser est la suivante: le Canada peut-il se permettre de ne pas instaurer un régime national d'assurance-accidents?

CHAPITRE 10 - LES GARANTIES

L'ASSURANCE SOUS FORME DE GARANTIE

Les garanties servent à deux fins différentes. Premièrement, elles servent de polices d'assurance grâce auxquelles les consommateurs peuvent faire réparer ou remplacer un produit défectueux ou être indemnisés lorsqu'ils ne peuvent plus utiliser un produit parce qu'il est défectueux. La valeur perdue du produit (la perte d'usage) est au maximum égale au prix d'achat de ce produit. En droit, on désigne parfois la perte d'usage comme une simple perte économique. Les garanties servent également de base à la théorie juridique de la responsabilité dans les cas de responsabilité du fait des produits, théorie qui tient compte des problèmes découlant du caractère contractuel des garanties dans le droit coutumier britannique et le droit civil français. Dans le présent chapitre, toutefois, nous nous intéresserons à l'utilisation des garanties comme assurance contre la perte d'usage d'un produit.¹

On peut distinguer l'assurance sous forme de garantie de l'assurance-accident et de l'assurance produits d'après le risque qu'elle couvre et la perte maximum possible. Les garanties ne couvrent, en général, que la valeur du prix d'achat du produit. A part une maison et peut-être une voiture, la plupart des articles qu'un consommateur achète sont peu importants comparativement à l'avoir total du ménage. Et puisqu'on connaît avec assez de précision le prix d'achat de ces articles, on peut définir clairement la perte maximale possible. Comme le prix d'achat est connu et qu'il est relativement peu élevé, rares sont les cas où il est question de pertes énormes ou de dommages-intérêts importants, sur lesquels les tribunaux auraient à se prononcer. Par contre, les pertes économiques dérivées, qui englobent toutes les pertes financières, les dommages matériels et les dommages corporels (souvent appelés dommages indirects) peuvent être considérables.

Les garanties sont différentes des assurances-accident et des assurances RC produits à d'autres points de vue également. Elles sont habituellement offertes comme vente jumelée à la vente d'un produit, et on ne peut pas en obtenir des compagnies d'assurances indépendantes. Le consommateur ne peut choisir ni la couverture ni la franchise et il ne lui est

généralement pas non plus possible d'acheter un produit sans sa garantie. Alors que l'on paie une police d'assurance pour une année à la fois, les garanties ne sont habituellement payées qu'une fois, au moment de l'achat du produit, et elles couvrent la valeur d'usage total du produit jusqu'à une certaine limite de temps ou d'usage, et rien de plus. En outre, les garanties portent sur le rendement d'un produit, alors que les assurances (accident et responsabilité) tiennent à la sécurité du produit.

Nous expliquerons, dans le présent chapitre, pourquoi les garanties ont ces particularités et dans quelle mesure nous pouvons faire un lien entre la structure des garanties dans le monde réel et certains modèles théoriques décrivant la structure optimale d'assurance sous forme de garantie.

LES GARANTIES OPTIMALES SI TOUS ONT ACCÈS A LA MÊME INFORMATION

Nous supposerons, pour notre premier modèle de garanties, que tous les participants à une transaction ont la même information sur le rendement et la qualité d'un produit, hypothèse que nous modifierons plus tard plus étudier les cas où il n'y a pas égalité d'information. Pour simplifier l'analyse, nous mesurerons le rendement à la proportion d'unités qui cesseront complètement de fonctionner pendant la période à l'étude. Ces unités deviennent sans valeur.

Les acheteurs et les vendeurs ne savent pas si telle unité sera défectueuse, mais ils connaissent le taux moyen de défectuosité pour tout lot de fabrication d'un produit. Nous supposons également que le producteur ne sera responsable de la perte d'usage que dans la mesure précisée par la garantie. Autrement, l'achat se fait aux risques du consommateur.

Comme nous l'avons supposé tout au long de notre étude, les consommateurs ont une aversion pour le risque². L'analyse de ce qui constitue une garantie s'appuie beaucoup sur l'économie des polices d'assurance optimales.

Nous l'avons expliqué au chapitre 8; la police d'assurance optimale assurera la totalité des pertes à partir d'un certain montant (franchise) lorsque les frais d'administration sont fonction de la valeur monétaire des déboursés. Lorsque les compagnies

d'assurance répugnent à prendre des risques, l'assurance couvrira moins que la totalité de la perteé autrement dit, il y aura coassurance. Lorsque, à cause du facteur de majoration de la prime, le consommateur décide de s'assurer contre certains risques et non contre d'autres, ce sont les pertes rares qui seront assurées plus que les pertes fréquentes, et les pertes importantes plus que les pertes légères, toutes choses étant égales d'ailleurs. L'assurance réduit les risques en les mettant en commun et en les partageant, mais elle réduit généralement aussi la dissuasion et par conséquent ajoute aux risques à cause des coûts élevés de la surveillance. Nous verrons que cette situation est, à quelques modifications près, la même lorsqu'il s'agit de garantie tenant lieu d'assurance.

UNE GARANTIE OPTIMALE SANS FRAIS D'ADMINISTRATION

La garantie optimale couvrira la totalité des pertes, pour toute la durée d'un produit, si l'on offre au consommateur une garantie équitable³. Lorsque le prix d'une année de garantie correspond exactement à la valeur anticipée des pertes qui sont assurées, il y a garantie équitable. A ce stade-ci, la compagnie qui offre la garantie n'a pas de frais administratifs et ne fait pas de profit. Pour savoir pourquoi le consommateur achètera toujours une garantie couvrant la totalité des pertes, étudions le cas d'un produit valant \$10, qui est défectueux dans 10 p. cent des cas. La valeur anticipée des pertes est de \$1. Mais lorsque le consommateur achète ce produit, ses risques de perte ne sont pas de \$1 "en moyenne", mais plutôt, à 10 p. cent, que le produit valant \$10 soit tout à fait défectueux, et à 90 p. cent, que le produit ne soit pas du tout défectueux. La valeur anticipée des pertes est toujours de \$1, mais l'étendue des pertes possibles varie entre zéro et \$10. Tout consommateur qui veut éviter les risques préférera payer \$1 de garantie plutôt que de courir le risque d'une perte de \$10. En moyenne, les versements sont les mêmes, mais le consommateur n'a pas à se soucier de ce que ses pertes se situent dans la moyenne.

Comme une garantie de 100 p. cent s'applique à un produit pour tout le temps qu'il durera, il convient de se demander comment on détermine la durée d'un produit. S'agit-il de la durée moyenne, maximum ou minimum, ou de quelque autre chiffre? La question se complique du fait que les produits durent plusieurs années. Par exemple, de toute la production annuelle

d'un fabricant, certains réfrigérateurs feront défaut après un an, d'autres après deux ans, alors que certains dureront de 10 à 15 ans. Nous répondrons ici en assignant une date aux réfrigérateurs et en offrant des garanties chaque année. Ainsi, la prime à payer pour une garantie équitable pour la première année d'utilisation d'un réfrigérateur sera déterminée d'après la valeur anticipée des pertes pendant cette année-là. Les propriétaires des réfrigérateurs qui auront duré achèteront des garanties équitables qui couvrent des réfrigérateurs vieux de deux ans.

Les garanties couvrent 100 p. cent de la valeur nette d'un produit, c'est-à-dire la totalité de sa valeur après avoir sustrait la dépréciation. Lorsqu'un produit est constamment utilisée lorsqu'il fonctionne, le taux de dépréciation dépend du nombre moyen d'unités produites dans une même année qui sont encore utilisées. Par exemple, nous pouvons supposer qu'un produit comme un réfrigérateur dure 10 ans et par conséquent perd 10 p. cent de sa valeur chaque année. Si le réfrigérateur fait défaut au cours de la troisième année, la garantie couvrira 70 p. cent de sa valeur originale. Si le réfrigérateur est remplacé, le consommateur aura à payer 30 p. cent du prix du nouveau réfrigérateur pour les trois années supplémentaires de service qu'il reçoit.

Tant que les garanties sont équitables, les compagnies qui les offrent ne font pas de profits et n'ont pas de dépenses administratives. Cette situation est évidemment irréaliste, mais elle permet de souligner que les fabricants continueraient à offrir des garanties, même s'ils n'y étaient pas poussés par une recherche immédiate du profit. Le manufacturier ne fait pas de profit ni de perte à cause de la garantie, mais celle-ci augmente la valeur du produit en réduisant les risques, et par conséquent le coût entier. Le terme R de l'équation du coût entier égale zéro. Bien qu'ils n'aient aucun bénéfice à retirer des assurances qu'elles offriraient sous forme de garanties* les entreprises indépendantes pourraient en offrir quand même parce que toutes les parties ont également accès à l'information sur le taux de défectuosité des produits. Autre conséquence qui

*Pour que la garantie qu'elle offre soit équitable, l'entreprise indépendante ne peut même pas toucher le taux habituel de rendement. Tous bénéfice entraînerait une majoration de la prime, et la garantie ne serait plus alors équitable. En l'absence de rendement, une entreprise qui n'offre pas un produit hasardeux n'a aucun intérêt à offrir de l'assurance.

découle de notre hypothèse voulant qu'il y ait égalité d'accès à l'information, c'est que le risque moral n'est pas un problème puisque toute modification du taux de défektivité, qui résulterait d'un changement dans le comportement du consommateur ou du producteur, serait immédiatement connu.

LES GARANTIES OPTIMALES AVEC FRANCHISE D'AVARIE

S'il y a des frais administratifs et que ces frais sont fonction de la valeur monétaire des déboursés relatifs à la garantie, la garantie optimale couvrira la totalité de la valeur nette du produit au-delà d'un certain montant appelé franchise⁴. Ce que cela signifie, c'est que la proportion de la valeur nette couverte par la garantie sera plus grande lorsqu'il s'agit d'un nouveau produit que lorsqu'il s'agit d'un vieux produit. Prenons comme exemple un produit valant \$100 qui a une durée utile de 100 ans; il perd donc en valeur \$10 par an. Si l'on prévoit à sa garantie une franchise de \$30, le produit sera garanti à 70 p. cent de sa valeur au cours de la première année, mais ce pourcentage baissera par la suite puisque la franchise demeure la même. Pendant les trois dernières années, la garantie ne couvre plus rien. Si les garanties étaient offertes chaque année, la franchise d'avarie pourrait vraisemblablement être changée chaque année aussi, mais les frais d'administration par police d'assurance augmenteraient. Comme nous le verrons plus loin, lorsque les frais d'administration représentant un montant fixe par police, les compagnies sont encouragées à offrir une police unique pour toute la durée utile du produit. Dans ces conditions, la franchise d'avarie entraînerait l'abandon de la couverture de la garantie une fois que le produit a atteint un certain "âge".

On considère habituellement la franchise comme un bon moyen de régler le problème du risque moral. Nous objectons cependant que lorsque la franchise ne s'applique pas à la dernière portion de la durée utile du produit, le consommateur a intérêt à ce que les défektivités surviennent au début de la période d'utilisation, ce qui peut l'amener à moins bien entretenir ce produit et à prendre moins de précautions.

GARANTIE OPTIMALE PEUT SIGNIFIER ABSENCE DE GARANTIE

Si les frais d'administration représentent un montant fixe par police d'assurance, les consommateurs auront à décider si la réduction des risques vaut le montant supplémentaire, qui s'ajoute à la prime équitable. Si la réduction des risques en vaut la peine, il y aura garantie à 100 p. cent; sinon, il n'y aura pas de garantie⁵. Ainsi, les produits qui comportent le moins de risques, notamment ceux pour lesquels il y a une forte probabilité de pertes minimales, ne seront pas garantis.

Les frais administratifs fixes ont également des répercussions sur la façon dont les garanties sont offertes. Afin de réduire le nombre de garanties écrites, et de réduire par conséquent les frais administratifs fixes, on est porté à n'offrir une garantie qu'une fois, au moment de la vente du produit. On estimera, à partir d'un vaste échantillon des produits à l'origine, le nombre d'unités qui auront duré. Les résultats de cette estimation se traduiront dans les coûts de la garantie. On limitera également les genres de garantie et les genres de couverture offertes afin de réduire les frais administratifs fixes. A l'extrême, on n'offrira qu'une seule garantie. On peut s'atteindre à ce que des garanties distinctes comportant plusieurs choix quant à la couverture soient disponibles, surtout pour des produits dispendieux comme des automobiles et des téléviseurs, là où les coûts fixes de préparation d'une police distincte ne comptent que pour une faible proportion de la valeur totale du produit; c'est, de fait, ce qui se produit dans le commerce.

GARANTIES OPTIMALES ET PRODUITS BON MARCHÉ

S'il y a des frais administratifs pour chaque réclamation présentée, les garanties optimales couvriront ceux parmi les produits qui suscitent le moins de réclamations⁶. Cette constatation répète celle que nous avons déjà faite à l'effet que l'assurance pour laquelle des frais d'administration sont justifiés couvrira les événements les plus risqués, c'est-à-dire les produits pour lesquels les pertes sont relativement importantes et rares.

Bien que le consommateur soit habitué à penser qu'un produit bon marché (c'est-à-dire un produit peu cher et de mauvaise qualité) est un produit hasardeux, en réalité, s'il est très probable que le produit soit défectueux, les risques sont quand même relativement faibles. La perte potentielle est pratiquement une certitude et on peut presque la considérer comme une dépense normale plutôt que comme une perte. C'est la répugnance de chaque consommateur pour les risques qui détermine le seuil à partir duquel il vaut la peine d'acheter une assurance sous forme de garantie.

GARANTIES OPTIMALES ET COASSURANCE

Jusqu'à maintenant, dans notre analyse théorique, nous avons constaté que lorsque le consommateur achète une garantie optimale, il assure à 100 p. cent la valeur nette du produit, alors que s'il y a franchise d'avarie, il assure à 100 p. cent la valeur du produit au-delà de cette franchise. Lorsqu'un produit est garanti pour une partie seulement de sa valeur nette, on dit du consommateur qu'il coassure le produit avec une compagnie d'assurance.

Nous supposons maintenant que les entreprises n'aient pas prendre des risques et qu'elles exigent par conséquent un profit comme dédommagement de deux qu'elles prennent en offrant de l'assurance sous forme de garantie. Comme ce dédommagement constitue un facteur de majoration de la prime d'assurance, le consommateur considèrera comme optimale de coassurer le produit⁷.

Dès que nous admettons les profits sur les garanties dans ce modèle théorique, les compagnies indépendantes ont un motif pour offrir des garanties. Le fabricant du produit continuera à offrir une garantie, mais le consommateur pourra choisir parmi les compagnies de garanties concurrentielles. Il choisira la compagnie qui, toutes choses étant égales d'ailleurs, lui proposera le meilleur prix.

Bien que nous ayions supposé que le risque moral, de la part du consommateur ou du fabricant, ne soit pas un problème à cause de l'égalité d'accès à l'information, il faut souligner que la coassurance est considérée comme un bon moyen de régler la question. Si les consommateurs ont à payer une certaine partie des coûts de la perte, il seront plus enclins à prendre

des mesures pour empêcher les pertes. Dans la section qui suit, nous remplacerons l'hypothèse de l'égalité d'accès à l'information par une hypothèse plus réaliste, ce qui nous permettra par la suite de traiter de la question du risque moral.

LES GARANTIES LORSQUE TOUS N'ONT PAS ACCÈS A LA MÊME INFORMATION

Nous abandonnons maintenant l'hypothèse de l'égalité d'accès à l'information pour que le modèle théorique se rapproche davantage de la réalité. Nous allons supposer que, parce qu'ils participent à la conception et à la mise à l'essai des produits de même qu'à l'entretien et aux réparations et parce qu'ils reçoivent les réclamations, le détaillant et la fabricant sont en mesure d'obtenir des renseignements sur le rendement d'un produit à bien meilleur coût que ne pourraient les obtenir les consommateurs ou les autres compagnies qui pourraient offrir des garanties. Tant que les vendeurs garderont l'information secrète, la différence de prix pour obtenir l'information maintiendra l'inégalité des parties en cette matière, ce qui en retour créera différents genres de marchés structurellement imparfaits⁸.

Si le consommateur ne peut pas évaluer avec précision le rendement d'un produit et la valeur d'une garantie, il ne peut pas choisir le produit qui lui convient le mieux. Le coût entier sera trop élevé, certains consommateurs auront en leur possession des produits trop hasardeux et des garanties qui ne sont pas suffisamment élevées, alors que d'autres paieront trop cher pour une réduction relativement faible des risques.

Bien que certains fabricants et détaillants ne puissent pas trouver, dans leurs dossiers, certains des renseignements que nous supposons en leur possession, le problème tient davantage à un manque d'intérêt pour l'information qu'à ce qu'il en coûte pour obtenir des données. Il existe toutefois des situations où la collecte de données qui seraient utiles coûte cher, même pour le manufacturier.

Lorsque le coût de l'information est élevé, on peut souvent se permettre de substituer certains types de données à d'autres. Par exemple, bien que dans certains cas la meilleure base sur laquelle un ménage puisse appuyer sa décision sur le coût entier

soit la durée moyenne d'un produit, il se peut que le fabricant ait de la difficulté à fournir des chiffres précis, en particulier s'il s'agit d'un nouveau produit. Le fabricant pourra également soutenir que, les consommateurs utilisant et entretenant différemment un produit donné, la durée moyenne du produit n'est pas très utile pour déterminer la durée d'usage. Ainsi, en l'absence de données sur la durée moyenne du produit, les données sur la durée minimum, à partir de laquelle un certain nombre d'unités deviennent défectueuses, représentent théoriquement un excellent substitut. Si l'on tient compte du coût de l'information, les données sur la durée minimum du produit constitueront probablement le meilleur choix.

On peut déterminer le caractère général des renseignements économiques dont le consommateur a besoin pour évaluer une garantie en se rapportant à la notion de coût entier. Il faut toutefois souligner que ces besoins théoriques en matière d'information peuvent changer dans la réalité; néanmoins, ils permettent de tracer certaines lignes directrices.

Le prix du produit

Le consommateur doit connaître le prix du produit à la fois pour calculer le coût entier et pour déterminer la limite maximale des indemnités que prévoit la garantie. La seule confusion que peut créer le prix du produit, c'est que la prime de la garantie y est habituellement comprise. En pratique, le prix de vente peut être considéré comme le prix du produit.

Les coûts de production du ménage

Ces coûts englobent les dépenses normales de réparation et d'entretien. D'autres coûts devraient théoriquement s'y ajouter, comme le temps véritablement passé à se servir du produit, mais comme ces coûts sont à peu près les mêmes pour les différentes marques, il n'y a pas de raison d'en tenir compte ici. On peut évaluer avec assez de justesse les coûts de réparation du ménage à l'aide de statistiques sur la fréquence des réparations et le coût moyen des réparations effectuées par suite des réclamations. Il peut y avoir, pour un produit, un grand nombre de petites réclamations, alors que pour un autre les réclamations sont moins nombreuses mais plus importantes. Des données sur la

fréquence des réparations (subdivisées peut-être d'après les principales pièces) permettraient à chaque ménage de décider du genre de risque qu'il veut prendre et de faire très les principales pièces) permettraient à chaque ménage de décider du genre de risque qu'il veut prendre et de faire très facilement plusieurs comparaisons. Si, par exemple, un consommateur découvre que tel produit n'est pas réparé souvent et que les pertes qui y sont rattachées ne sont pas, en moyenne, élevées, il aura d'assez bonnes indications sur sa fiabilité.

Les pertes

Pour savoir dans quelle mesure une garantie couvre les pertes, le consommateur doit avoir en sa possession deux genres de renseignements: les pertes desquelles les consommateurs ont demandé compensation et les indemnités versées par suite des garanties émises. Le rapport entre ces deux nombres permet de mesurer la couverture qu'offre la garantie. La valeur des pertes qui ne sont pas couvertes reste comprise dans le terme L (pertes) de l'équation du coût entier.

La durée utile du produit

On ne sert de la durée anticipée -- minimum ou moyenne -- d'un produit, exprimée en nombre d'années ou en termes d'usage, pour mesurer le coût entier annuel anticipé et pour détermine la dépréciation produit lorsqu'il fait défaut. La durée utile fournit également une indications sur les risques, puisque le consommateur peut comparer la durée anticipée du produit avec la période couverte par la garantie et savoir ainsi pendant combien de temps il s'auto-assurera. Les données sur la durée minimum permettent également d'estimer la durée moyenne anticipée du produit si l'on peut supposer avec assez de justesse comment se distribue cette durée des produits.

LA PUBLICITÉ TROMPEUSE

Il est souvent risqué de se fier à l'information que fournissent les vendeurs parce que certains d'entre eux ont intérêt à prétendre que leur produit est de meilleure qualité qu'il n'est en réalité. Il n'est pas nécessaire que les vendeurs fassent tous de la publicité mensongère ni même qu'un seul vendeur en fasse tout le temps pour que la publicité devienne inutile; il suffit qu'un vendeur trompe certains clients à l'occasion pour que tout ce que diront les autres -- et même les plus honnêtes -- devienne inutile.

La concurrence devient moins efficace lorsqu'on permet que la réclame publicitaire s'éloigne de la vérité. Le consommateur constate qu'il devient assez coûteux d'obtenir des renseignements exacts avant d'acheter un produit et il est forcé de compter davantage sur l'information après l'achat. Les vendeurs se taillent ainsi certains monopoles, dont l'hésitation des consommateurs à changer de marque est une manifestation.

Il arrive même souvent que ce qu'on dit de la durabilité et de la fiabilité d'un produit ne puisse pas être vérifié à l'aide de l'information après l'achat et qu'il faille recourir à l'information donnée par des spécialistes. Prenons comme exemple une publicité du téléviseur Quasar, parue dans le Time Magazine. Au haut de la page, la réclame affirmait qu'il y a deux façons d'acheter un téléviseur, soit de croire les statistiques, ou de miser sur sa chance. Suivait une photographie d'une télévision couleur Quasar et quelques lignes, à l'effet que, au cours des huit premiers mois, d'après les dossiers de la compagnie, 97 p. cent des nouveaux modèles proposés n'avaient pas eu besoin de réparations pendant la période couverte par la garantie. Quasar défiait toute autre compagnie de pouvoir en dire autant.

Or, comme les autres fabricants de téléviseurs ne font pas connaître leurs données sur les garanties, le consommateur ne peut pas comparer le 97 p. cent de Quasar avec une autre marque. Supposons néanmoins qu'un consommateur achète un Quasar et que son téléviseur ait besoin de réparations pendant les huit premiers mois. Ceci n'indique rien sur la véracité de la réclame. Le vendeur peut toujours prétendre que ce consommateur fait partie des trois p. cent qui ont eu besoin de faire réparer leur appareil. Le seul moyen de savoir si le vendeur avait raison lorsqu'il parlait de fiabilité, c'est d'étudier les

données qui ont permis d'en arriver à la proportion de 97 p. cent; il s'agit là, à coup sur, d'un travail de spécialiste.

On éprouve des difficultés semblables si l'on veut évaluer la publicité sur la durée moyenne des produits. Supposons que, d'après la réclame, un réfrigérateur de marque X dure 10 ans en moyenne alors que les autres durent seulement huit ans. Si un consommateur se fie à cette affirmation pour acheter un réfrigérateur et que cette affirmation est fautive, il est peu probable que la vérité soit jamais connue. Si le réfrigérateur dure moins que 10 ans, on pourra répondre au consommateur qu'il s'agissait d'une moyenne seulement, et que la moitié des réfrigérateurs, par exemple, dureront moins que 10 ans. Même si son réfrigérateur dure plus que 10 ans, le consommateur peut bien faire partie des quelques rares chanceux qui ont échappé à la "norme".

Parce qu'il est difficile d'évaluer la durée d'un produit et sa fiabilité moyenne, le consommateur ne peut pas prévoir le coût entier avec précision. Par conséquent, il accordera davantage d'importance au prix de vente. Habituellement, les consommateurs supposent, ou bien que la qualité se mesure au prix de vente et ils achètent la marque la plus chère, ou bien que la qualité est à peu près la même pour toutes les marques et ils achètent la moins chère. Dans les deux cas, le manque d'information les pousse à faire des achats inefficaces et entraîne une imperfection du marché.

Le consommateur a non seulement moins de renseignements que la vendeur sur la qualité du produit, il en a également moins sur la qualité de la garantie. Les garanties sont particulièrement difficiles à évaluer parce qu'elles sont des polices d'assurance, dont la qualité ne sera vraisemblablement jamais éprouvée. Ce n'est qu'après l'achat que le consommateur peut obtenir de l'information. On ne dit pas au consommateur combien coûte la garantie et on ne lui donne habituellement pas non plus le choix de la couverture ou de la compagnie. Comme il ne sait pas s'il aura à se servir de la garantie et qu'il ne connaît pas non plus de quelle façon les différentes compagnies donnent suite aux réclamations, il y va vraiment à l'aveuglette. Ajoutons à qu'une grande partie des droits du consommateur en matière de garanties sont prescrits par la loi. Mais ces droits du consommateur en matière de garanties sont prescrits par la loi. Mais ces droits sont parfois très complexes, et il ne semble pas qu'on cherche à informer le consommateur sur ce qu'ils sont vraiment. Les consommateurs n'en viendront

vraisemblablement à soupçonner l'existence des garanties que lorsque les vendeurs refuseront de les reconnaître.

RISQUE MORAL ET ANTI-SÉLECTION

Si le consommateur utilise mal un produit non garanti, c'est à lui qu'incombe la perte économique directe; il n'a donc pas intérêt à adopter un tel comportement. Par contre, lorsqu'une garantie couvre la défektivité possible, l'effet de dissuasion disparaît et le consommateur risque d'adopter un autre comportement. Il consacrera peut-être moins de temps à l'entretien ou bien il utilisera davantage le produit, espérant être en mesure de tirer profit de la garantie. Ce risque moral fait partie des coûts de la garantie, et les entreprises qui offrent des garanties en tiennent compte.

Il se produit également une anti-sélection dans le domaine des garanties. Si les consommateurs peuvent obtenir sur le marché différents régimes de garantie, ceux qui utilisent un produit de façon soutenu considéreront comme avantageux d'acheter une garantie offrant une couverture plus élevée, à la condition que cette garantie soit fonction du temps et non de l'usage. Les vendeurs peuvent dans une large mesure se protéger eux-mêmes contre l'anti-sélection en mesurant l'usage. Les automobiles sont garanties pour 12 mois ou 12 000 milles, et les pneus en fonction du nombre de milles parcourus ou de la profondeur des sillons qui restent. On pourrait probablement utiliser davantage ce genre de mesure, pour les machines à laver et les téléviseurs, par exemple. Certains ont prétendu que les fabricants pourraient installer à faible coût un compteur électronique dont il serait impossible de falsifier les résultats pour mesurer le nombre d'heures d'usage, ce qui permettrait de rattacher les garanties et les estimations sur la durée minimum à l'usage réel plutôt qu'au simple passage du temps.

Le risque moral et l'auto-sélection adverse prouvent que les garanties modifient le comportement des acheteurs et des vendeurs. Les garanties ont habituellement un effet dissuasif sur les vendeurs puisqu'il appert que ce sont eux qui peuvent faire les améliorations les plus rentables. Mais il ne faut pas non plus écarter la possibilité que les garanties modifient dans une large mesure le comportement du consommateur. Il est bien possible que le consommateur

qui continue à bien entretenir son produit ou qui ne l'utilise pas de façon trop soutenue subventionne celui qui tire davantage profit de la couverture de la garantie.

DISSUASION ET GARANTIES

Les garanties peuvent contribuer à améliorer la qualité des produits parce qu'ils transforment les coûts externes de défektivité en coûts internes pour le détaillant ou le manufacturier. Le vendeur qui compare les mesures à prendre pour réduire le coût des défektivités choisit finalement de combiner les réparations couvertes par la garantie et la conception d'un produit fiable qui réduira au minimum les coûts. Au point où le coût est réduit au minimum toutefois, on ne tient pas compte du coût qu'assume le consommateur en acceptant une certaine partie des risques de perte, le facteur R de l'équation du coût entier. Ainsi, le rendement du produit occasionnera encore des pertes qui sont trop élevées.

Les garanties offertes par les détaillants augmentent l'efficacité, en incitant les détaillants à rechercher davantage de meilleurs produits et à se rapprocher par là de l'optimum social. Le détaillant est en quelque sorte un acheteur professionnel qui essaie de trouver le meilleur produit pour le consommateur. Chaque détaillant compare le coût des recherches avec les avantages et continue tant que la chose est profitable. S'il augmente ses coûts en offrant de meilleures garanties, le détaillant peut accroître ses profits en cherchant plus souvent et plus intensivement des produits de meilleure qualité. Le temps optimal entre les changements de catégorie de produits diminue alors que le temps optimal passé à chercher augmente. Le détaillant est encouragé à agir ainsi parce qu'il rend internes les coûts qui incombaient auparavant aux consommateurs; la façon dont il mesure les coûts traduit maintenant beaucoup mieux les coûts sociaux. Et l'efficacité augmente parce que les détaillants, en recueillant l'information, s'accaparent une plus grande part des économies d'échelle que ne le feraient les ménages, remplaçant ainsi une recherche moins efficace par une recherche plus efficace.

Si les garanties sont plus défavorables aux fabricants, l'internalisation des coûts aura des répercussions immédiates sur la conception des produits. Le manufacturier ne peut pas fabriquer un produit défectueux et tirer par la suite parti du frottement ou de l'inertie, qui empêchent les consommateurs d'adopter une autre marque, pour continuer à le vendre. Les pertes économiques directes pèsent immédiatement sur ses décisions quant à la qualité des produits.

L'industrie automobile américaine fournit un exemple de la façon dont l'internalisation des pertes économiques directes agit sur la qualité des produits. Depuis quelques années, plusieurs organismes fédéraux ont adopté des politiques de plus en plus rigoureuses à l'égard des défauts de fabrication des automobiles. En 1977, l'industrie a dû rappeler quelque 10,4 millions de voitures de différents modèles alors qu'elle vendait 9,3 millions d'automobiles neuves. Un porte-parole de l'industrie automobile expliquait⁹ que l'internalisation des coûts avait eu pour effet que, à l'intérieur des ateliers de fabrication, les automobiles ne présentaient presque plus de défauts mécaniques, parce que, tout simplement, on faisait plus que ce qu'on avait fait auparavant et on avait davantage recours à l'ordinateur pour les vérifications. Évidemment, il y a encore beaucoup à faire avant que les automobiles ne soient presque plus défectueuses, en dépit de ce qu'en dit cet ingénieur, mais des mesures concrètes ont été prises. Les fabricants font plus d'essais sur les routes, et dans des conditions plus variées; ils retirent un plus grand nombre de voitures de leurs chaînes de montage pour les désassembler complètement et faire des tests de contrôle de la qualité, et ils embauchent plus d'ingénieurs pour étudier la qualité des produits.

La question que posent les fabricants d'autos, c'est de savoir si on n'est pas allé trop loin en sens inverse. Le facteur de dissuasion est peut-être plus important qu'il ne devrait, ce qui abaisse les risques au-dessous des niveaux optimaux. Idéalement, il faudrait faire des études plus sérieuses sur le coût entier d'une automobile, pour son propriétaire, avant et après les effets de l'internalisation. A l'heure actuelle, toutefois, à cause du manque d'information, les organismes gouvernementaux et les législateurs y vont au pifomètre. S'ils ont assez de flair cependant, le résultat pourrait bien ressembler d'assez près à une solution du second rang.

QUI PAIE LES GARANTIES?

Est-ce le consommateur qui, finalement, défraie le coût des meilleures garanties, ou si le vendeur en paie également une partie? L'analyse économique démontre que chacun en paie une part, dont la proportion dépend des pentes des courbes de l'offre et de la demande.*

Illustrons cette conclusion par un exemple. Supposons qu'à l'achat d'un produit de \$20, on obtienne une garantie d'une année. Supposons en outre qu'en vertu d'une loi, la garantie augmente à deux années, et que par la suite le prix du produit soit augmenté de \$1. Ce dollar supplémentaire est la prime à payer pour la garantie. Nous devons soustraire de cette augmentation de prix ce que le ménage épargne en frais d'entretien de même que la réduction des pertes pour le consommateur. Dans plusieurs cas, le résultat net, à ce stade, indiquera que le coût entier est plus bas. Le fabricant peut souvent faire certaines réparations plus facilement que le consommateur, ou bien il peut être en mesure de repenser son produit, ce qui entraînera une épargne nette.

L'équation du coût entier indique que le manufacturier devrait aller plus loin que le point où les pertes et dépenses du ménage, une fois réduites, compensent les coûts de garantie. Il devrait dépenser plus d'argent pour fabriquer un produit plus fiable, parce que les consommateurs souhaitent éviter les risques. L'augmentation du prix du produit sera compensée par la diminution du facteur risque (R), ce qui poussera le coût entier vers l'optimum.

Supposons que cet optimum ait été atteint et que le prix du produit ait augmenté de \$1. Le producteur en a-t-il fait assumer tous les coûts par le consommateur ou bien en a-t-il lui-même absorbé une

*L'analyse qui suit vaut à court terme plutôt qu'à long terme. D'après l'analyse habituelle à long terme, toutes les entreprises commencent à un point où elles gagnent un taux de rendement tout juste suffisant pour rester dans le commerce. Toute augmentation des coûts entraînera un exode des entreprises et un renversement de la courbe de l'offre jusqu'à ce que le prix augmente suffisamment pour compenser toutes les augmentations du coût unitaire. Ainsi, d'après cette analyse à long terme, c'est le consommateur qui paie ultimement tous les frais. Mais comme le disait Keynes, "à long terme, nous sommes tous morts".

partie en registrant une baisse de ses profits? La réponse est que le producteur a défrayé une certaine partie des coûts en réduisant ses profits. La différence réelle de coût due à la garantie dans notre exemple pourrait être de \$1.80 environ; l'entreprise aura payé \$0.80 et fait assumer le dollar qui reste par le consommateur en augmentant le prix du produit.

Cette proposition est difficile à prouver sans l'aide de graphiques ou de mathématiques, mais elle s'appuie sur un effet économique typique créé par les taxes¹⁰. Si une taxe de \$1.80 par unité est imposée à une entreprise -- ce montant correspondant au coût de notre garantie -- celle-ci ne pourra en faire assumer qu'une partie par le consommateur, dont le montant exact est déterminé par les pentes des courbes de l'offre et de la demande. Il s'agit là d'un effet de la concurrence. L'entreprise qui augmenterait le prix de son produit de \$1.80 constaterait qu'un de ses concurrents lui enlève des clients en augmentant son prix de seulement, par exemple, \$1.20. Les entreprises concurrentes constateront que leurs profits augmentent lorsqu'elles absorbent elles-mêmes une certaine portion des coûts.

GARANTIE ET DURÉE RAISONNABLE

Si la population pouvait obtenir des renseignements dignes de foi sur le rendement des produits et les pertes anticipées, nous pourrions nous attendre à ce que la concurrence des entreprises mène à l'efficacité en matière d'assurance sous forme de garantie. Différentes garanties offrant différentes couvertures seraient disponibles, à différents prix, et le consommateur pourrait choisir ce qui lui convient le mieux en fait de qualité de produit et de garantie. Mais comme les consommateurs ne disposent pas des renseignements nécessaires, on est porté à croire généralement que les garanties offertes sur le marché ne sont pas suffisamment élevées. Nous devons en conclure que l'imperfection du marché a laissé les consommateurs dans une position que les gouvernements pourraient améliorer en intervenant pour établir des régimes plus fermes de garantie.

Considérant que les gouvernements sont en mesure d'améliorer la configuration actuelle du marché, les provinces se sont avancées sur le chemin de la réforme. Entre autres choses, elles ont établi légalement que les biens doivent pourvoir servir

pendant une durée raisonnable. La commission ontarienne de réforme du droit a recommandé, dans son rapport de l'année 1972 sur les garanties, que l'on ajoute à la garantie implicite à l'effet qu'un bien est en état d'être livré au commerce une disposition voulant que ce bien puisse servir pendant une durée raisonnable, compte tenu de son prix et d'autres circonstances¹¹. En 1977, la Saskatchewan adoptait une loi sur les garanties en vertu de laquelle la garantie suivante est implicite à la vente de tous les produits de consommation:

que le produit et toutes les pièces qui le composent puissent servir pendant une durée raisonnable, eu égard à toutes les conditions qui entourent la vente, y compris la description et la nature du produit, le prix d'achat, les garanties expresses du détaillant ou du fabricant, la façon dont il faut habituellement entretenir ce produit et la façon dont il a été utilisé¹².

En 1978, le Québec a adopté une loi sur la protection du consommateur qui stipule que: "Un bien qui fait l'objet d'un contrat doit être tel qu'il puisse servir à un usage normal pendant une durée raisonnable, eu égard à son prix, aux dispositions du contrat et aux conditions d'utilisation du bien."¹³

L'économique peut nous aider jusqu'à un certain point à déterminer si une telle garantie de durabilité minimum peut augmenter l'efficacité du marché et à définir ce qu'on entend par durabilité raisonnable.

Commençons d'abord notre analyse en définissant ce qu'est la durabilité raisonnable. Comme la garantie a pour but de protéger le consommateur en l'assurant contre les produits hasardeux et qu'elle doit aussi être un facteur de dissuasion, il semble assez juste de définir la durabilité raisonnable d'après le pourcentage d'unités qui seront défectueuses. Supposons, aux fins de l'exemple, qu'une garantie de durabilité raisonnable doive assurer les premiers 10 p. cent d'unités défectueuses. Si 10 p. cent des réfrigérateurs font défaut au cours des trois premières années, la garantie devrait porter sur une durée minimum de trois ans. Si 10 p. cent des réfrigérateurs d'une autre marque font défaut au cours des cinq premières années, la garantie devrait être au minimum de cinq ans.

Ce genre de garantie permet immédiatement au consommateur de comparer les différents modèles et marques en fonction du temps qu'il faut pour atteindre le taux de défectuosité de 10 p. cent. Plus la durée minimum du produit est longue, plus sa durabilité est grande.

Les fabricants peuvent offrir des suppléments de garantie, mais ils doivent les rédiger de la même façon. Ils doivent préciser le pourcentage anticipé d'unités qui dureront et la durée de validité de la garantie. Pour que ce supplément de garantie n'enlève pas au consommateur son point de comparaison de 10 p. cent, tous les renseignements qui y sont fournis doivent s'ajouter à ceux de la garantie de base.

Maintenant que nous avons défini ce qu'est une garantie de durabilité raisonnable, nous pouvons nous demander si une telle garantie devrait être obligatoire.

Peut-être la différence essentielle entre la garantie imposée par un gouvernement et le système théorique de garantie auquel nous en arriverions dans un marché concurrentiel où il y a égalité d'accès à l'information réside-t-elle dans la liberté de choix pour le consommateur. D'après le modèle théorique, s'il existe une demande pour un certain genre de garantie, cette garantie sera offerte. Mais aucun consommateur n'est forcé d'acheter une garantie. Dans la réalité cependant, il y a une certaine demande de garantie à laquelle on ne répond pas. Les gouvernements ont adopté comme solution de fixer une garantie minimum qui doit être offerte et de forcer ensuite les consommateurs à l'acheter.

Le noeud de la question, c'est de savoir comment augmenter l'offre de garanties tout en permettant aux consommateurs de décider eux-mêmes s'ils veulent réellement acheter une garantie. Plus on offrira de niveaux différents de garantie, plus on améliorera la situation.

Au lieu de forcer les consommateurs à acheter des garanties, on pourrait exiger que des garanties de durabilité minimum soient offertes, sans tout de même exiger qu'elles soient achetées, et ce, dans le but de créer un marché des garanties. Pour ce faire, les compagnies ne pourraient être autorisées à supprimer certaines clauses de la garantie minimum légale qu'à la condition d'offrir, sous forme de vente séparée, des garanties comportant ces clauses supprimées. La concurrence empêcherait les fournisseurs d'attacher un prix déraisonnablement élevé aux garanties optimales.

Cette solution de la libre concurrence protégerait également le public contre les erreurs des gouvernements. Supposons qu'un gouvernement prescrive de garantir 10 p. cent des défauts mais que la véritable solution du second rang se situe au point où seulement six p. cent des défauts surviennent. La concurrence obligera les fournisseurs à offrir les garanties de 10 p. cent séparément, tout en offrant d'autres couvertures, y compris celle de six p. cent. Les consommateurs manifesteront leur préférence en achetant un produit accompagné d'une garantie de six p. cent. Le gouvernement a ainsi veillé à ce que de fortes garanties soient offertes mais il n'a obligé personne à les acheter. Le marché est donc libre de rejeter une erreur de jugement du gouvernement.

Ce régime a l'avantage de permettre aux gouvernements de prendre des mesures énergiques pour améliorer la qualité et la couverture des garanties tout en échappant aux critiques voulant qu'ils ajoutent à l'inflation en faisant monter le prix des produits. Le fait que les garanties soient achetées prouve la justesse des décisions gouvernementales. Mais si les garanties sont rejetées, les coûts supplémentaires sont réduits au minimum.

DEUX DERNIÈRES PROPOSITIONS

... Trop tard!

Il ne semble pas juste qu'un produit qui fait défaut au lendemain de l'expiration de la garantie ne soit pas assuré*. Et la chose n'est pas non plus essentielle. Comme nous l'avons souligné lors de notre discussion des garanties optimales, une couverture de 100 p. cent ne signifie pas que le consommateur recevra comme indemnité la totalité du prix d'achat. C'est la valeur nette, après dépréciation, qui devrait être garantie. Une garantie de durabilité minimum pourrait être une garantie de 100 p. cent du prix d'achat la première année, de 80 p. cent la deuxième année, de 60 p. cent la troisième année, et ainsi de suite. Ainsi, une garantie de valeur décroissante de cinq ans pourrait coûter à peu près la même chose qu'une garantie de 100 p. cent valable pour deux ans. Par

*On a réussi à démontrer légalement aux États-Unis que le consommateur est encore protégé par la garantie implicite, même après l'expiration de la garantie expresse.

exemple, la plupart des batteries d'automobile sont garanties en fonction de la valeur après dépréciation, mesurée en fonction du nombre de milles parcourus plutôt que du nombre de milles garantis. Si ces garanties devaient être obligatoirement offertes par les vendeurs, sans toutefois être jumelées à la vente des produits, la concurrence permettrait de déterminer si elles répondent à une demande.

Ça ne vaut pas la peine

Comme il doit payer pour retourner un produit défectueux, le consommateur considère généralement qu, si le montant de la perte directe qu'il subit est très faible, il ne gagnera rien à demander un dédommagement. Et il n'en reçoit pas. Mais si la perte individuelle est faible, le coût total pour la société peut être très élevé, en particulier si plusieurs milliers de personnes subissent cette perte. De plus, du fait que le coût des transactions qui permettraient d'apporter des correctifs est élevé, les vendeurs ne sont pas encouragés à l'honnêteté puisqu'ils peuvent continuer à vendre des produits défectueux sans avoir à payer de pénalité.

Le meilleur moyen de régler la question serait peut-être d'admettre dans ce cas l'impossibilité des dédommagements, d'ignorer la question des indemnités puisqu'elle est sans importance sur le plan individuel, et de chercher plutôt des moyens concrets de dissuasion. Par exemple, les organismes de protection du consommateur pourraient coller sur les produits défectueux des vignettes mettant les consommateurs en garde, indiquant que le produit ne donne pas le rendement qu'il devrait et précisant, en quelques mots peut-être, le genre de défectuosité dont il s'agit.

Je vais illustrer ceci pour un exemple personnel. J'ai acheté récemment, pour moins qu'un dollar, une paire de pinces à spaghetti ou à légumes, faites d'un seul morceau de métal replié en forme de U. Malheureusement, ces pinces n'étaient pas en acier, mais en métal mou et flexible. Elles ne reprenaient donc pas leur forme originale après avoir pincé quelque chose. Une fois qu'on les avait refermées, elles restaient fermées. Mes pinces étaient donc très utiles pour ramasser les spaghetti, mais pas utiles du tout pour les déposer dans l'assiette. Quoique les pinces rapportent probablement d'assez bons profits au vendeur, la perte que j'ai subi était minime. Ça ne

valait pas le peine pour moi de demander un remboursement. Mais si, au moment d'acheter ces pinces, j'avais vu une petite étiquette -- jaune citron peut-être -- me disant de prendre garde ("Attention! Ces pinces restent fermées si on presse légèrement dessus; elles ne conviennent donc pas à l'usage auquel elles sont destinées...), j'aurais évité le problème au début. Et le détaillant ou la fabricant aurait été obligé de songer sérieusement à fabriquer un autre genre de pinces...

Les inspections peuvent être divisées en deux catégories: les inspections de base qui portent sur la sécurité de la voiture et les examens détaillés qui portent sur son rendement. L'inspection de base peut se résumer à une vérification des freins, des phares, du klaxon et des pneus; elle ne coûte pas cher, elle est rapide et elle fournit relativement peu de renseignements. Par contre, l'examen du rendement peut durer de une à trois heures et constituer une vérification en profondeur de tous les systèmes importants de l'automobile. Au Canada, les inspections de sécurité sont obligatoires dans la plupart des provinces, mais les examens du rendement, que font les entreprises privées, ne sont pas exigés par la loi.

Pour protéger le consommateur contre les pratiques abusives sur le marché des voitures d'occasion, le Québec a rendu obligatoires, par sa récente Loi sur la protection du consommateur, des garanties rigoureuses sur les voitures d'occasion, et d'autres provinces envisagent de faire de même. Au États-Unis, l'État du Wisconsin a adopté une loi semblable, et le FTC's Bureau of Consumer Protection étudie des propositions sur les inspections et les garanties obligatoires relativement aux voitures d'occasion¹. Dans le présent chapitre, nous étudierons le régime australien de garantie sur les voitures d'occasion afin de tracer des lignes directrices dont le Canada pourrait s'inspirer.

LA LÉGISLATION SUR LES GARANTIES EN AUSTRALIE

La législation en vertu de laquelle les garanties sur les voitures d'occasion sont obligatoires en Australie est en vigueur depuis 1971. C'est en Australie méridionale que la première loi prévoyant un régime de garanties expresses spécifiquement pour les voitures d'occasion a été adoptée; il s'agit de la Loi sur les véhicules automobiles d'occasion (Second Hand Motor Vehicle Act, 1971). Par la suite, la plupart des autres États et leur voisine, la Nouvelle-Zélande, ont adopté des lois du même genre. La loi que l'on considère habituellement comme la plus rigoureuse est la Loi des marchands d'automobiles de Nouvelle Galles du Sud (New South Wales Motor Dealer Act, 1974).

En juin 1978, j'ai passé dix jours à Sydney, en Australie, à interviewer des fonctionnaires et à colliger des renseignements sur les tests de rendement et les garanties qui s'appliquent aux voitures

d'occasion en Nouvelle Galles du Sud. Je présenterai donc ici les principales conclusions de cette enquête sur les lieux et analyserai le régime de Nouvelle Galles du Sud à la lumière de la théorie élaborée aux chapitres précédents.

Généralités

La Nouvelle Galles du Sud (NGS) est l'un des six États qui, avec un territoire et la capital fédérale, forment l'Australie. Elle compte une population d'environ 4,8 millions de personnes, dont 2,8 millions, ou 60 p. cent, vivent à Sydney ou dans les alentours. A Sydney, les hivers sont doux et courts, sans neige, et les étés sont chauds et secs. Bien que j'y ait séjourné pendant l'hiver, le temps était plus doux et plus sec que pendant certains étés que j'ai passés à Vancouver.

Il y a environ trois millions de voitures particulières immatriculées en NGS. Le marché australien de l'automobile est essez protégé, et les 15 millions de personnes qui habitent l'Australie s'approvisionnent auprès des cinq fabricants locaux de voitures. C'est pourquoi le prix des automobiles est plus élevé qu'au Canada, de 30 ou 40 p. cent peut-être. Le taux de change était d'environ \$1.30 CDN pour un dollar australien au moment de ma visite. Tous les prix mentionnés ci-après sont en dollars australiens.

Le Bureau de la protection du consommateur de NGS est chargé de l'administration de la loi (1974) des marchands d'automobiles (ci-après appelée la Loi). C'est au Commissaire à la protection du consommateur qu'il incombe de garder à jour un registre des concessionnaires de voitures et d'administrer la Loi. La Loi a été adoptée en 1974, mais certains articles ne sont pas entrés en vigueur avant juillet 1976. Au moment de ma visite, le Bureau de la protection du consommateur se préparait à proposer plusieurs révisions à la Loi.

L'essentiel de la Loi

La Loi stipule que les marchands d'automobile doivent garantir toutes les voitures qu'ils offrent à un prix original variant entre \$500 et \$20 000. Pour les automobiles qui se vendent entre \$500 et \$999, la

garantie est de deux mois ou 3 000 kilomètres (1 800 milles); pour celles qui se vendent entre \$1 000 et \$20 000, la garantie est de trois mois ou 5 000 kilomètres (3 000 milles). Pour les voitures de moins de \$500, le vendeur doit seulement certifier par écrit que l'inspection de sécurité a été faite. On projette actuellement de hausser le prix minimum auquel les garanties deviennent obligatoires de \$500 à \$1 500.

Chaque voiture mise en vente doit être accompagnée d'une formule 4 ou d'une formule 6, qui constitue un avis du vendeur. La formule 4 est une garantie totale, sans exception, alors que la formule 6 est une garantie partielle sur laquelle les exceptions doivent être indiquées par écrit. Une évaluation du coût de réparation des défauts exclus doit être incorporée à la formule 6. Le vendeur doit assumer le coût des réparations qui dépasse l'évaluation et il est responsable des défauts qu'il n'a pas spécifiquement exclus*. La formule 6 est manifestement le pivot du régime de garantie de NGS puisque toute défaut qui y est révélée n'est plus couverte par une garantie.

LE RÈGLEMENT DES CONTROVERSES EN NOUVELLE GALLES DU SUD

En cas de controverse relativement à l'application d'une garantie, le consommateur peut s'adresser à l'une ou l'autre des instances suivantes: le comité des différends (disputes committee), le tribunal des réclamations des consommateurs (consumer claims tribunal) et le système judiciaire.

Le Comité des différends

Un Comité des différends a été créé tout spécialement pour entendre les réclamations relativement aux garanties sur les automobiles. Ce Comité est financé grâce aux recettes tirées de la

*La garantie couvre également les dommages indirects à d'autres pièces de la voiture, qui sont causés par une défaut mentionnée à la garantie. Cependant, les consommateurs ne peuvent pas être indemnisés des dommages indirects autres que ceux causés à la voiture.

vente des permis d'exploitation aux concessionnaires d'automobiles, de façon à ce que les consommateurs n'aient rien à payer pour y faire entendre leur cause. Lorsque les réclamations portent sur des voitures d'occasion, le Comité est composé de trois personnes: le commissaire-adjoint du ministère de la Protection du consommateur, le directeur exécutif de l'Association des marchands d'automobiles et l'ingénieur en chef de l'Association nationale des routes et automobilistes (National Roads and Motorists Association). Lorsque la garantie porte sur une voiture neuve, un quatrième membre, représentant les marchands de voitures neuves, est ajouté. En vertu des révisions proposées, un membre syndicats de l'automobile devrait également faire partie du Comité.

Le Comité des différends procède de la façon suivante. L'acheteur qui n'est pas satisfait doit retourner la voiture au vendeur et lui donner la chance de faire la réparation. Le délai de garantie est prolongé pour la période pendant laquelle le marchand est en possession de l'automobile. Si le marchand ne fait pas la réparation, tarde à la faire ou ne donne pas satisfaction au client, celui-ci communique avec le Comité. Un membre du personnel cherchera alors à conclure une entente par téléphone avec le vendeur. Si la chose s'avère impossible, l'acheteur recevra un avis à l'effet qu'il devra remplir une formule décrivant brièvement l'objet de la controverse.

Le Comité envoie ensuite un inspecteur et un autre fonctionnaire rencontrer le marchand et le client au bureau du marchand. L'inspecteur est un mécanicien de métier et l'autre fonctionnaire agit surtout en qualité de témoin. Le client signe une entente à l'effet qu'il paiera le coût du démontage de la voiture si l'on constate qu'il est responsable de la déféctuosité. Puis, l'automobile est inspectée.

L'inspecteur rend sa décision tout de suite et rédige son rapport. Il est autorisé à répartir comme il le juge bon le coût des réparations. Ces rencontres durent habituellement une heure ou deux et on y résoud 95 p. cent des controverses. Toutefois, les parties peuvent s'opposer à la décision de l'inspecteur et demander que l'affaire soit entendue par le Comité des différends. Le Comité reçoit le rapport de l'inspecteur de même qu'une déclaration écrite de chacune des parties et il rend alors sa décision, sous forme de recommandation au Commissaire. Jusqu'au moment où j'ai fait cette étude, aucune décision du Comité n'avait encore été cassée.

Il reste une dernière étape. Si l'une ou l'autre des parties n'est pas satisfaite de la décision du Comité, elle peut demander d'être entendue par la Commission, mais la chose est rarement nécessaire.

Quelques statistiques permettront de mieux situer le travail du Comité. Celui-ci reçoit de 100 à 150 appels téléphoniques par semaine, et dans 50 cas environ un inspecteur devra rencontrer les parties. Toutes les controverses, sauf deux ou trois, sont réglées à ce stade. Les deux ou trois cas non réglés sont confiés au Comité, qui se réunit à peu près toutes les deux semaines, habituellement lorsqu'une demi-douzaine de cas sont prêts. Il n'arrive qu'une fois ou deux par année que les parties demandent une deuxième audience.

J'ai eu la chance d'assister à une réunion du Comité des différends, pendant laquelle six cas étaient à l'étude, dont un pour lequel les parties au différend devaient être présentes. Je vais résumer brièvement deux de ces cas pour donner au lecteur une idée de la façon dont le Comité fonctionne.

Dans le premier cas, c'est la transmission qui faisait défaut. L'inspecteur a apporté les dents d'engrenage et expliqué que si elles étaient à ce point gauchies, ce n'est pas parce que le métal était défectueux mais parce que le chauffeur conduisait brusquement sa voiture. Comme la défectuosité était après la vente, on a jugé qu'elle était due à un usage abusif du propriétaire, et le marchand n'a pas eu à payer la réparation.

Pour la deuxième cause, les parties devaient être présentes, mais seul l'acheteur assistait à l'audience, le vendeur ayant un autre rendez-vous au même moment. Le Comité avait auparavant décidé que le marchand n'avait pas à acquiescer quoi que ce soit. Il s'agissait d'une question de bruit dans la transmission. L'inspecteur a souligné que son rapport n'était pas clair sur ce point, mais qu'il croyait que le bruit constituait une défectuosité. Le marchand prétendait pour sa part que la défectuosité résultait du fait que la voiture remorquait une caravane. On présenta alors la liste des charges maximum recommandées par le fabricant et on en conclut que le client n'était pas fautif. Après avoir entendu le consommateur présenter sa version des faits, le Comité a réformé sa décision et déclaré le commerçant responsable.

En somme, le Comité m'a impressionné par son efficacité et son impartialité. Son plus grand problème, c'est d'obtenir des preuves qui indiquent clairement à qui incombe la responsabilité. Lorsque la controverse porte sur la question de savoir qui a dit quoi, il n'est souvent pas facile de déterminer laquelle des parties est coupable. Et les problèmes mécaniques ne révèlent pas toujours clairement si le consommateur a lui aussi fait preuve de négligence.

Lorsqu'il lui est difficile d'obtenir des preuves qui l'emportent sur les autres, le Comité applique une règle de responsabilité sans faute du marchand, tout en permettant à ce dernier d'invoquer dans une certaine mesure l'imprudence répréhensible du consommateur. Si une pièce fait défaut, c'est le marchand qui est responsable, à moins qu'il ne puisse démontrer que c'est le comportement du client qui est à la source du problème. S'il appert que les deux parties sont coupables, chacune paie une certaine proportion des coûts.

Voici quelques chiffres qui indiquent que ce comité est un mécanisme de règlement des conflits relativement peu coûteux, en dépit de ses nombreux inspecteurs. Le Comité subvient presque entièrement lui-même à ses besoins, tirant ses revenus des \$100 que versent chaque année les 3 400 concessionnaires d'automobiles pour obtenir leur permis. Il réserve 25 p. cent de ces recettes pour dédommager les consommateurs qui sont en conflit avec des entreprises qui ont fermé leurs portes ou sont insolvables, et il consacre le 75 p. cent qui rest à payer les dépenses et les salaires. Le Comité reçoit par téléphone de 5 000 à 7 000 plaintes par année, qui sont réglées au coût moyen de \$35 à \$50 par appel. Si nous retenons seulement les cas qui nécessitent l'intervention des inspecteurs, il y en a 2 500 par an, qui coûtent en moyenne \$100 chacun.

Le tribunal des réclamations des consommateurs

Ces tribunaux, qui ont été créés en 1974, ressemblent d'assez près aux cours de petites créances qui existent au Canada. Pour \$2.00, le consommateur peut faire entendre sa cause par un arbitre, qui recueille les dépositions sous serment, mais sans autres formalités. L'arbitre doit tenir compte de ce qui est "juste et équitable", mais n'a pas à se préoccuper des principes de droit. On peut en appeler de sa décision pour deux motifs seulement: déni de

justice naturelle et incompétence. La compétence de l'arbitre se limite aux transactions de moins de \$1 500, qui ont été faites depuis moins de deux ans, et ce par un consommateur, non par une entreprise. Il y a déni de justice naturelle essentiellement lorsque les deux parties n'ont pas eu une chance égale de présenter leur défense.

Le consommateur s'adressera parfois un tribunal des réclamations parce que le Comité des différends ne peut étudier que les controverses portant sur les garanties légales. Par conséquent, c'est le tribunal des réclamations qui aura à se prononcer si une plainte porte sur une réparation qui n'est pas faite en vertu d'une garantie ou s'il s'agit de publicité trompeuse. Le consommateur peut s'adresser au tribunal pour un autre motif également, qu le Comité des différends ne s'occupe pas de faire connaître. Le consommateur doit choisir auquel des deux groupes il veut s'adresser mais il ne peut pas en appeler de la décision à l'autre groupe une fois le verdict rendu. Toutefois, il peut changer de groupe à n'importe quel moment avant le verdict final. Si, par exemple, d'après la recommandation du mécanicien au Comité des différends, le consommateur croit que la décision ne se fera pas à son avantage, il peut s'adresser au tribunal des réclamations.

Le coût total de l'audience et de la décision est évalué en moyenne, à \$75 par cas. Ce montant est d'à peu près 25 p. cent inférieur au coût des audiences devant le Comité des différends, la différence tenant probablement au coût des visites que les mécaniciens doivent faire sur les lieux lorsqu'il s'agit d'une garantie. Les quatre tribunaux régionaux auront à se prononcer sur quelque 4 000 cas en 1978. Dans les petites brueaux régionaux, les audiences se tiennent en moins de six semaines après le dépôt de la plainte, alors qu'à Sydney, le consommateur doit attendre trois ou quatre mois. En 1977, 3 200 causes ont été entendues, ce qui représente une augmentation de 25 p. cent en un an. Il n'est pas possible d'obtenir de chiffres sur la proportion des causes qui portent sur des automobiles, mais il ne semble pas que le Comité des différends ait soutiré aux tribunaux plusieurs clients. Il appert plutôt qu'on a permis aux consommateurs d'exprimer leur insatisfaction dans ce nouveaux domaines.

Tout consommateur a le droit de s'adresser au système judiciaire habituel pour régler une controverse, mais il doit reconcer à ce droit s'il s'en remet d'abord au Comité des différends ou à un tribunal des réclamations. Comme au Canada, le système judiciaire

sert principalement pour régler les conflits d'envergure et il est assez dispendieux.

LES INSPECTIONS EN NOUVELLE GALLES DU SUD

L'Association nationale des routes et automobilistes (l'équivalent de notre Association canadienne de l'automobile) offre à ses membres trois genres d'inspection générales d'automobile: Newspec, Warspec et Autospec. Elle offre également un certain nombre d'inspections spéciales, comme celles de la boîte de vitesses, de la transmission ou de la carrosserie.

Le programme Newspec consiste en l'inspection d'une automobile neuve avant que l'acheteur en prenne possession chez le concessionnaire. La voiture est habituellement conduite jusqu'à l'un des centres métropolitains d'inspection, où on vérifie plus de 170 pièces. L'examen révélera habituellement de 15 à 30 défauts, et ce, rappelons-le, dans une voiture neuve. Dans certains cas, les marchands demanderont eux-mêmes une inspection Newspec, s'ils veulent être certains qu'une voiture est bien au point pour un client spécial. On fait chaque année environ 4 000 Newspec.

Le programme Warspec consiste en l'inspection détaillée d'une voiture neuve juste avant l'expiration de la garantie. On prend note des défauts que l'on considère comme couverts par la garantie et on expédie chaque année un rapport au manufacturier. Toutes les associations australiennes d'automobilistes collaborent à ce système. Les résultats de l'inspection sont consignés à des feuilles d'ordinateur facilement lisibles et sont conçus pour l'analyse mécanographique. Près de 12 000 Warspec sont faites chaque année.

Enfin, le système Autospec, conçu spécialement pour les voitures d'occasion, prévoit des inspections vers la fin du délai de garantie. L'inspection dure habituellement une heure et demi environ et comporte un essai de route, mais s'il s'agit d'une voiture plus complexe, elle peut durer jusqu'à trois heures. La plupart des inspections sont faites lorsque la voiture est apportée au garage régional, bien qu'un examen un peu moins détaillé puisse être fait sur les lieux. Après l'inspection le mécanicien prépare la liste des réparations essentielles et

facultatives, qu'il accompagne d'une évaluation du coût de la main-d'oeuvre. Près de 54 000 examens Autospec sont faits chaque année.

Chaque inspection coûte \$30 s'il s'agit d'un modèle courant et \$46 s'il s'agit d'une voiture particulièrement complexe, comme une Mercedes ou une Jaguar. L'Association emploie environ 60 mécaniciens qui doivent faire chacun une vingtaine d'inspections semaine, ce qui fait au total environ 1 200 inspections par semaine.

Un argument intéressant a été présenté en ce qui a trait à l'évaluation du temps requis pour les réparations. Les manufacturiers ont deux catégories de tarifs, dont un qui s'applique lorsque c'est le consommateur qui paie, et l'autre lorsque c'est le manufacturier. Les fabricants distribuent des brochures faisant connaître leurs taux relativement aux réparations couvertes par les garanties, alors que les taux ordinaires sont publiés séparément. Le temps prévu pour les réparations lorsqu'il y a garantie est beaucoup plus court et, de l'avis des marchands, beaucoup trop court, puisqu'il est calculé d'après le temps requis par des mécaniciens d'expérience travaillant en usine.

LE COÛT DES GARANTIES

D'après un représentant du gouvernement, les garanties augmenteraient le prix de vente de chaque voiture de \$150 à \$200, alors que d'après un représentant de l'industrie, il en coûterait \$200 pour remettre une automobile en état. Après une bonne remise en état, toutefois, la somme nécessaire pour compenser les réclamations faites en vertu des garanties serait relativement peu élevée, de \$50 peut-être par voiture. Une porte-parole des consommateurs estimait cependant que l'écart total avait augmenté beaucoup plus que ne le laissaient croire ses évaluations (il évaluait l'augmentation à \$500 environ) parce que non seulement les marchands vendaient leurs voitures plus cher, mais ils les payaient aussi eux-mêmes moins cher.

Pendant les nombreuses visites que j'ai faites chez les marchands, d'automobiles d'occasion, j'ai constaté qu'il n'y avait à peu près pas de voitures en vente dans la catégorie de prix de \$500 à \$800. Puisque, quand le prix passe de \$499 à \$500, la

garantie devient obligatoire, il semble que plusieurs marchands augmentent le prix de chaque voiture d'environ \$300. Si nous admettons que les prix de gros ont baissé quelque peu par suite de la réduction des ventes chez les marchands, l'augmentation de \$300 par voiture est probablement une évaluation assez juste de ce que coûte la loi sur les garanties.

LES CHANGEMENTS DANS LA STRUCTURE DU MARCHÉ

Les consommateurs ont généralement réagi en délaissant les marchands d'automobiles pour acheter des voitures d'occasion auprès des particuliers, car nombreux sont ceux qui ne veulent pas acheter les garanties obligatoires. Les entrepreneurs ont tiré parti de la situation en ouvrant de grands marchés aux puces; ils louent le dimanche le parc de stationnement d'un centre d'achats et font payer aux vendeurs \$15 pour chaque espace d'exposition de voiture. Comme le climat est doux en NGS et qu'il est de tradition de tenir des marchés en plein air le week-end, ces marchés du dimanche attirent de nombreux acheteurs et on y propose à la vente des centaines de voitures. Les marchés en plein air attirent également des vendeurs quasi-professionnels, qui travaillent au noir, c'est-à-dire qui gagnent leur vie à acheter et à vendre des voitures mais à une échelle suffisamment petite pour échapper au règlement.

Un autre groupe de personnes a tiré profit de la loi, et c'est celui des brocanteurs ou courtiers en automobiles. Pour \$50, ces courtiers achèteront ou vendront une voiture pour le compte d'un client, mais l'achat se fera officiellement entre deux particuliers. Les courtiers n'ont pas de titre de propriété sur les voitures, puisqu'en Australie il est possible d'avoir un terrain et d'y stationner un certain nombre de voitures tout en agissant seulement comme courtier, et non comme marchand.

La plus grosse épine au pied des marchands est probablement l'expansion des ventes aux enchères. Les voitures vendues aux enchères ne sont pas couvertes par les garanties. Auparavant, les enchères servaient à vendre des voitures en gros entre marchands mais maintenant une grande partie des voitures y sont vendues à des particuliers. Les enchères ont d'une part fait monter le prix que les marchands ont à payer pour stocker un lot d'automobile, mais d'autre part elles leur permettent d'acheter en gros à meilleur

prix. En outre, certains marchands font des ventes aux enchères, ce qui crée des conflits d'intérêts et alimente le débat sur la question.

Les marchands ont fait des pressions pour demander que les garanties sur les voitures vendues aux enchères à des particuliers soient obligatoires. En outre, ils veulent que les organisateurs des marchés du dimanche garantissent le titre incontesté de propriété de toutes les voitures vendues sur leurs lots. Les titres de propriété causent un problème parce que les charges sur les automobiles ne sont pas enregistrées. Lorsqu'une banque fait un prêt automobile, la voiture est enregistrée au nom de l'acheteur, sans mention de la créance de la banque.

Si les marchands réussissent dans leurs démarches, les ventes aux enchères et les marchés du dimanche ne seront probablement plus ouverts aux particuliers, ce qui restreindra de beaucoup les possibilités de choix pour les consommateurs. Ces marchés privés avaient évidemment été créés à cause du caractère obligatoire des garanties prévues par la loi.

Les concessionnaires d'automobiles proposent également de hausser le prix minimum à partir duquel une voiture doit être garantie, et il semble qu'ils aient atteint leur objectif puisqu'on projette d'augmenter ce prix à \$1 500. Les marchands pourront ainsi faire concurrence aux particuliers et à ceux qui vendent aux enchères et aux marchés du dimanche pour un plus vaste choix de voitures.

LES PRATIQUES TROMPEUSES

La loi sur les garanties n'a pas forcé les vendeurs malhonnêtes à fermer boutique, bien qu'elle ait donné aux consommateurs de meilleures chances de se défendre contre eux. Le Comité des différends a souligné que certains marchands faisaient souvent l'objet de plaintes alors que d'autres n'étaient à peu près jamais en conflit avec leurs clients. Mais le Comité n'a pas d'autre moyen de pénaliser les marchands sans scrupules que de leur refuser un permis.

Les marchands peuvent abuser des consommateurs de plusieurs façons. Et certains le font en dressant la liste des défauts exclus en termes très généraux (par exemple "le moteur tourne mal et il y a de la fumée qui sort du tuyau d'échappement"). Bien que la loi stipule que les défauts doivent être décrits assez spécifiquement (ar. 29 (1)), il est certainement vrai qu'un marchand peut toujours écrire en des termes qui lui donneront, en cas de différend, un avantage sur un consommateur qui ne connaît pas très bien la loi.

Autre moyen couramment utilisé pour tromper les clients, c'est de jouer avec les avis. La loi prévoit que, sur les voitures qui ne sont pas munies d'une garantie un avis doit être affiché à l'effet que la voiture n'est pas à vendre avant que le marchand y ait apposé sa garantie (l'avis du marchand). Or certains marchands afficheront cet avis avec le prix de vente de la voiture sur des rangées complètes d'automobiles. Ils vendront d'abord l'auto puis décriront les défauts. Bien que la chose soit techniquement illégale, elle se produit assez souvent pour qu'on la considère comme un problème important.

ANALYSE

Nous avons vu que le problème du consommateur, sur le marché des voitures d'occasion, c'est qu'il n'est pas suffisamment et objectivement renseigné pour savoir à l'avance ce que vaut réellement une voiture. Il achète d'abord l'automobile, puis découvre qu'elle comporte un certain nombre de défauts, ce qui entraîne des pertes qu'il n'avait pas prévues. Le régime des garanties obligatoires avec clauses d'exclusion, comme celui de NGS, vise à prévenir les pertes en encourageant le marchand à révéler les défauts ar par le fait même à déterminer les limites de sa responsabilité. Mais les garanties obligatoires coûtent cher, elles modifient la structure de l'industrie aux dépens des marchands, elles restreignent les possibilités de choix pour le consommateur et ne protègent pas du tout ceux d'entre eux qui achètent des voitures des particuliers, et enfin, elles n'empêchent pas les pratiques trompeuses.

Comme nous l'avons démontré au chapitre précédent, l'imperfection du marché fait qu'on n'y offre pas de garanties d'assez bonne qualité. Les gouvernements se trompent lorsqu'ils exigent que les consommateurs achètent les garanties qu'ils ont

eux-mêmes prévues. Ils devraient limiter leur intervention à l'application de mesures visant à établir la concurrence sur le marché des garanties, ce qui permettrait aux consommateurs d'acheter le genre de garantie qu'ils désirent. Une des façons d'y parvenir, c'est de concevoir différentes garanties minimum et d'exiger seulement qu'on offre aux consommateurs un régime optimal de garantie.

Le fait qu'un grand nombre d'acheteurs aient délaissé les concessionnaires pour s'adresser à des vendeurs autonomes qui n'offrent pas de garanties indique que plusieurs consommateurs ne veulent pas acheter les garanties imposées par le gouvernement. L'intervention gouvernemental réduit le bien-être collectif des marchands qui, en raison des \$300 supplémentaires que coûtent les garanties, ont perdu une grande partie de leur clientèle. En outre, lorsqu'il s'agit de voitures vendues par des particuliers non établis dans le commerce, c'est-à-dire dans la majorité des cas, la vente n'est pas réglementée par la loi sur les garanties.*

L'application, par le gouvernement, d'un régime facultatif de garantie permettrait de résoudre seulement une partie du problème créé par l'inégalité d'accès à l'information, en raison du grand nombre de ventes qui sont conclues entre particuliers. De plus, les consommateurs devraient être en mesure d'évaluer les risques qu'ils encourent en achetant telle voiture, de façon à pouvoir choisir s'ils veulent une garantie, et quel genre de garantie ils désirent. Un système d'inspections pourrait aider au bon fonctionnement du régime de garantie et à la création d'un marché concurrentiel où l'on aurait accès à l'information.

La décision la plus importante à prendre en ce qui a trait aux garanties, c'est celle de les rendre non obligatoires. L'argument en faveur des inspections volontaires se base sur l'existence d'un marché concurrentiel qui offrirait de bons services de révision d'automobiles. Dans certaines régions, les clubs automobiles offrent de tels services à leur membres, et il est possible de trouver à peu près partout un mécanicien d'expérience qui fera une bonne

*Au Québec, l'association provinciale des marchands d'automobiles a fait une enquête auprès de 1 606 familles et découvert que 58 p. cent des voitures d'occasion avaient été achetées de particuliers. Les données sur la répartition des ventes en Australie ne sont pas disponibles.

inspection. Le prix d'une inspection faite par une association automobile en Nouvelle-Zélande est de \$35 à \$40; ce genre d'inspection coûterait probablement un peu plus cher au Canada, puisqu'elle prend de une heure et demi à trois heures. Pourquoi alors les inspections, qui coûtent quelques chose, devraient-elles être obligatoires?

On peut répondre à cela que si les inspections étaient obligatoires pour les voitures d'occasion qui sont mises en vente, le coût des transactions serait beaucoup moins élevé que si les inspections sont facultatives. Le consommateur qui cherche une voiture d'occasion doit payer l'inspection de chaque automobile au sujet de laquelle il veut des renseignements, même s'il n'achète qu'une voiture. Et le vendeur qui offre la voiture à plusieurs acheteurs potentiels a tout intérêt à garder secrets les renseignements négatifs fournis par l'inspection qu'un acheteur a déjà fait faire. En étant obligatoires, les inspections seraient faites une fois seulement, et l'information sera mise à la disposition de tous les acheteurs potentiels avant que la vente ne soit conclue.

Si nous examinons ce qui se produit sur le marché concurrentiel des inspections, nous pouvons constater que les inspections sont faites soit pour des personnes qui veulent des renseignements sur une voiture dont des sont déjà propriétaires, soit pour des personnes qui ont déjà pris une décision d'après les renseignements incomplets dont elles disposaient et qui veulent maintenant s'assurer que la voiture qu'elles ont choisie ne leur réservera pas trop de surprises. En aucun cas l'inspection ne sert à faire le choix initial. Le coût de l'information donnée par les spécialistes est trop élevé pour que le consommateur le défraie chaque fois qu'il examine une voiture.

Chaque fois qu'un gouvernement se propose d'intervenir pour imposer des normes obligatoires, il doit agir avec beaucoup de précautions. L'économiste doit se demander si l'intervention gouvernemental -- et la lourde bureaucratie qui la sous-tend -- peut faire mieux que les forces du marché qui sont en présence. Pourquoi y a-t-il imperfection du marché? Le gouvernement peut-il intervenir de façon à favoriser la concurrence plutôt qu'à la remplacer par des décrets bureaucratiques? Un régime comportant des garanties facultatives appliquées par le gouvernement et un système d'inspections obligatoires permet de réagir à l'imperfection du marché en créant une structure de type concurrentiel là où cette structure n'existait pas. Les garanties sont offertes, mais les

consommateurs peuvent les acheter ou ne pas les acheter. Les inspections sont obligatoires, mais elles fournissent une information accessible à tous, ce qui est essentiel au modèle concurrentiel. En outre, on réalise manifestement des épargnes au coût des transactions.

On jugera en fin de compte de la valeur du régime de garanties optimales et d'inspections obligatoires selon que les avantages totaux sont plus grands que les coûts. Chaque acheteur de voiture d'occasion paierait sa voiture plus cher, de \$20 ou \$40 peut-être, si le prix de l'inspection était inclu, mais il aurait l'avantage de pouvoir consulter les résultats de l'inspection pour chaque voiture qu'il examine. Et les vendeurs seraient contraints à une certaine honnêteté. On pourrait prendre ainsi de meilleures décisions. Mais tout cela en vaut-il le coût?

Il y a plusieurs façons d'évaluer approximativement le total des avantages et des coûts d'une telle loi, mais il est peu probable qu'on puisse colliger suffisamment de données économiques pour en arriver à une évaluation quantitative et définitive de ce régime d'inspections et de garanties avant qu'il soit appliqué. Au mieux, pourrait-on déterminer les coûts réels et de demander alors aux consommateurs, par un questionnaire, s'ils considèrent que ce régime en vaut la pleine. Il serait possible par après suivre l'évolution de la situation pour savoir si les bénéfices souhaités se sont réalisés. Le risque d'échec est toujours présent, mais si on fonde l'intervention gouvernemental sur l'analyse économique, le risque est réduit, et de beaucoup.

CHAPITRE 12 - NÉGLIGENCE ET RESPONSABILITÉ

Les controverses sur la responsabilité du fait des produits surviennent lorsque le consommateur subit une perte à cause d'un produit défectueux. Il arrive qu'on prévoie l'éventualité d'une perte et qu'on décrive expressément dans un contrat les conditions dans lesquelles il y aura dédommagement. Mais dans plusieurs cas, on n'aura pas discuté du dédommagement au préalable, ou bien on n'aura pas cerné toute la question. Souvent alors, il y aura controverse sur la question de savoir qui doit payer, et combien.

Ces controverses peuvent se régler de différentes façons, depuis les simples démarches au comptoir des réclamations d'un grand magasin jusqu'aux requêtes beaucoup plus officielles que sont les poursuites devant les tribunaux. On choisira la meilleure façon de procéder selon la nature et l'importance de la controverse, les chances que l'on a d'obtenir gain de cause et les frais qui y sont rattachés. Ainsi, le consommateur peut très bien miser sur la bonne volonté du commis du magasin pour obtenir un remboursement si une chemisette d'enfant rétrécit au lavage. Mais si la chemisette était inflammable et qu'elle a pris feu, causant à l'enfant des brûlures au second degré, les principes et les sommes d'argent qui sont en jeu pousseront le consommateur et le commerçant à recourir à des moyens beaucoup plus officiels, et plus coûteux.

Comme la plupart des gens admettent qu'il est trop onéreux d'intenter des poursuites en justice pour régler de simples différends, on est porté à croire que le système judiciaire est le lieu où se règlent la plupart des controverses sur des sommes importantes. La chose n'est cependant pas tout à fait exacte. Dans leurs relations avec les clients, les entreprises utilisent beaucoup les tribunaux pour recouvrer des dettes ou pour forcer les consommateurs à respecter les termes d'un contrat. Mais entre elles, elles préfèrent éviter le litige, qui risque de faire perdre trop de temps et de nuire aux bonnes relations d'affaires. S'il leur faut contester, les gens d'affaires préfèrent avoir recours à l'arbitrage plutôt qu'aux tribunaux.¹

Si la procédure judiciaire est généralement trop dispendieuse pour les entreprises, on comprend sans peine qu'elle soit un fardeau encore plus lourd pour les consommateurs. On sait à quel point tout veulent éviter les interminables procès lorsqu'on constate la grande propension des parties en cause à parvenir à un règlement amiable, même si elles se sont déjà avancées assez loin sur le chemin de la contestation.

Que la controverse se règle devant les tribunaux, hors cour ou par des procédés moins officiels, pour que la poursuite d'un règlement soit plus que la recherche d'une oreille sympathique à notre cause, il faut qu'il existe des règles définissant la responsabilité. Par exemple, le système judiciaire peut décider qu'il incombe au plaignant de prouver qu'il y a eu négligence, tout en avertissant le défendeur à invoquer le manque de précaution de la part de la victime*. Ou encore, au niveau moins officiel du commerce de détail, on pourra adopter une politique de remboursement très simple, selon laquelle "le client a toujours raison", tout en prévoyant par exemple que le client qui utilise mal le produit qu'il a acheté n'a pas droit au remboursement. Cette règle pourrait être interprétée, dans le cadre de la responsabilité du fait des produits, comme une forme volontaire de responsabilité sans faute de la part du fabricant (strict liability) avec possibilité d'invoquer le manque de précaution de la part du consommateur (contributory negligence).

Dans le présent chapitre, nous allons étudier certaines règles qui établissent la responsabilité en fonction de l'auteur de la "négligence". Nous nous pencherons également sur quelques autres définitions de la négligence, afin de déterminer celle qui s'applique le mieux dans les cas de responsabilité du fait des produits.²

Après avoir défini la négligence, nous examinerons huit règles de responsabilité différentes, pour savoir dans quelle mesure elles permettent d'éviter les pertes inutiles et de dédommager équitablement les victimes. Presque tous les règlements possibles seront établis sur la base d'au moins une de ces règles de responsabilité. Nous avons pris soin de ne pas limiter cette recherche aux règles utilisées par le système judiciaire; toutefois, cette

*Manque de précaution ou imprudence répréhensible de la part de la victime correspond, en anglais, à contributory negligence. (n. de la t.)

généralisation nous a forcés à faire abstraction de beaucoup de détails. Ainsi, nous avons écarté les questions juridiques touchant les règles de la preuve, la distinction entre responsabilité contractuelle et responsabilité extra-contractuelle*, le rôle du juge et du jury, et le coût d'une poursuite en justice. Mais ce que nous perdons en détails, nous le gagnons en envergure, puisque nous pourrions faire des observations générales sur la dissuasion qu'entraîne la responsabilité et expliquer pourquoi une règle donnée est ou n'est pas optimum.

Il faut toutefois se rappeler que notre but n'est pas de dresser une liste de règles de responsabilité efficaces et de dire "suivez ces règles si vous voulez atteindre l'optimum de Pareto". La chose est peut-être souhaitable, mais elle est aussi impossible. Par contre, l'économie nous fournit un cadre et un modèle théoriquement idéal à l'intérieur duquel nous pouvons étudier différentes règles de responsabilité, classer et analyser les différences entre le monde réel et le modèle théorique et, par conséquent, obtenir des données qui nous aideront à trouver les solutions du second rang qui s'appliqueront au monde réel et imparfait dans lequel nous vivons.

QUAND UN RÈGLE DE RESPONSABILITÉ EST-ELLE EFFICACE?

Nous jugerons de l'efficacité d'une règle de responsabilité en fonction d'un but fixé objectivement. Si nous voulons mesurer cette efficacité sans équivoque, nous devons pouvoir exprimer ce but sous forme de chiffre, par exemple le coût d'un produit. Tout écart entre des buts contradictoires sera alors traduit par une augmentation ou une baisse des coûts.

Il y a plusieurs façons de mesurer objectivement l'efficacité. Une règle peut être jugée objectivement, par exemple, par sa capacité de réduire le nombre d'accidents ou l'étendue des pertes causées par un produit défectueux. Mais le problème, c'est qu'une telle règle ne tient pas compte des frais supplémentaires encourus pour prévenir les accidents ou les pertes.

*On parle de responsabilité extra-contractuelle lorsqu'il s'agit de responsabilité reliée à "un acte dommageable extra-contractuel", c'est-à-dire à un délit ou un quasi-délit (en anglais tort). (n. de la t.)

On propose souvent comme règle de réduire au minimum le somme du coût des pertes et du coût de la prévention. Cette méthode a l'avantage d'inclure, explicitement, l'écart entre les coûts et les avantages. Si on dépense 100 dollars pour prévenir une perte de 160 dollars, le bien-être s'en trouve amélioré, mais si on ne prévient ainsi qu'une perte de 90 dollars, la dépense ne se justifie pas du point de vue économique. Cependant, le problème que pose cette règle, c'est qu'elle ne permet pas de dissocier les dépenses relatives à la sécurité des autres dépenses. Lorsque le manufacturier munit une voiture d'une porte, il la rend certainement plus sûre, mais doit-on pour autant considérer cette mesure comme faisant partie du coût de prévention des accidents? Toute décision sur ce qu'il convient d'inclure dans les coûts de prévention est manifestement arbitraire. Par conséquent, la somme des pertes et des coûts de prévention ne peut pas servir de mesure objective d'efficacité, parce qu'il est impossible de définir clairement ce qu'on entend par coûts de prévention.

La notion du coût entier résoud ce problème de façon précise, sans ambiguïté. Le manufacturier ne fait pas de distinction entre les coûts de prévention et les coûts ordinaires de production; il mesure son coût total à son prix de vente. Tout changement à la technique de production, qui influera sur la sûreté ou le rendement d'un produit, se manifestera par un changement de prix, qui influera à son tour sur les coûts, les pertes et les risques qu'assume le ménage. Et pour le ménage, toute modification dans les mesures de précaution se traduira par une variation des coûts de production et par des effets sur les pertes et les risques. On ne cherche pas à mesurer le seul coût de prévention, et il n'y a pas lieu de le faire. Au lieu d'apprécier la somme des coûts de prévention et des pertes, le coût entier mesure la somme de tous les coûts applicables. Lorsque le coût entier est réduit au minimum, le critère de négligence ou la règle de responsabilité est efficace, et nous sommes à un point optimum.

Afin de ne pas confondre les effets que peuvent avoir les règles de responsabilité sur cet optimum avec les effets créés par l'assurance, nous supposons, dans l'analyse qui suit, que ni le consommateur ni le producteur ne sont assurés. Bien qu'il soit possible d'étudier dans un même temps les règles de responsabilité et les polices d'assurance, l'analyse deviendrait trop complexe pour les fins qui nous intéressent.³ Nous simplifierons encore davantage en supposant que seule la valeur projetée des projets, et non la variance, est comprise dans le facteur risque.

LA NÉGLIGENCE ET LA NOTION DE FAUTE

Comme les règles de responsabilité que nous allons étudier dépendent de ce qu'il y a eu ou non négligence, il est nécessaire de fixer un critère précis de négligence. Dans les discussions juridiques, la question de la responsabilité est souvent reliée à la détermination de l'auteur de la perte, dans les cas d'accidents d'automobile en particulier. Plusieurs critères différents sont utilisés, comme celui de la possibilité ultime d'éviter l'accident. Cependant, ils gravitent généralement tous autour de la notion de faute.

John Fleming, auteur d'un ouvrage juridique bien connu, a souligné que la notion de faute dans les actes délictuels et quasi-délictuels (tort) est apparue avec la Révolution industrielle, qui avait créé de nouvelles formes de risque. Il écrit notamment que:

A cette étape cruciale de réorientation sociale et économique, les tribunaux ont réagi à la nécessité d'établir un nouveau mode d'évaluation des dommages, en y rattachant la notion de négligence. L'axiome selon lequel "il n'y a pas de responsabilité sans faute" est rapidement devenu un dogme de justice, parce qu'il servait très bien les intérêts de la nouvelle classe moyenne et ceux d'une industrie en plein essor, en les débarrassant du fardeau de la responsabilité du fabricant.⁴

Il note ensuite que les choses ont changé depuis quelque temps:

Le dogme individualiste de la faute a été remplacé au milieu du 20^e siècle, au moment où l'on était en quête de sécurité sociale, et le droit des délits et quasi-délits est considéré moins aujourd'hui pour sa valeur de remontrance que parce qu'il permet de dédommager les victimes d'accidents et d'en répartir le coût entre ceux qui peuvent le mieux l'assumer.⁵

Au lieu de souscrire au "dogme" de la faute, nous allons considérer ici qu'un accident résulte d'un concours de circonstances duequel il est impossible de en retenir qu'une seule cause. Le faire serait tout aussi erroné que de prétendre, dans une analyse économique, que la valeur de tous les biens que produit une usine tient seulement au capital ou seulement à la

main-d'oeuvre; nous savons que la valeur des biens résulte de la combinaison de ces deux éléments. Tout comme la machine peut remplacer le travail humain, la plus grande sûreté du produit que fabriquerait le producteur peut remplacer les précautions que doit prendre l'utilisateur.

Les critères de négligence que nous allons étudier ne se définiront donc pas d'après l'auteur de la perte. Plutôt, nous jugerons du comportement en fonction de principes d'efficacité. Ce que nous cherchons, c'est un critère minimum de négligence tel que si les deux parties évitent d'être négligentes, le coût entier sera réduit au minimum. La règle de responsabilité devra donc encourager chacune des parties à ne pas être négligente, de façon à réduire le coût entier. Le coût entier minimum est ainsi défini, d'après ce modèle, comme étant l'optimum social au sens de Pareto.

Ce premier souci d'efficacité ne signifie par que nous ignorions l'équité. Nous constaterons que plusieurs règles de responsabilité entraînent des solutions optimales au sens de Pareto, mais qu'elles répartissent les pertes différemment. Le choix entre les règles de responsabilité respectant l'optimum de Pareto reposera donc sur des considérations qui n'ont pas, jusqu'à maintenant, été incluses explicitement dans le modèle théorique. Nous devons admettre qu'on puisse préférer une règle non optimum à une règle optimum si c'est la répartition finale des pertes qui nous intéresse d'abord. L'approche économique exige toutefois que les hypothèses et jugements de valeur présidant au choix de solutions non optimum soient explicitement énoncés.

LE CRITÈRE DU JUGE LEARNED HAND

En 1940, le juge Learned Hand proposait un critère de négligence qui a souvent été appliqué par les tribunaux depuis lors, bien que plus fréquemment, semble-t-il, aux États-Unis qu'au Canada. Ce critère découle de l'énoncé suivant:

Trois éléments déterminent dans quelle mesure une personne agira avec précautions dans une situation donnée: (1) les risques de blessure à autrui que sa conduite peut entraîner, auxquels s'ajoute (2) si c'est pas le cas, la gravité de ces blessures, et que

contreblancent (3) les intérêts qu'elle doit sacrifier pour éviter ce risque. Il est pratiquement impossible d'évaluer quantitativement ces trois facteurs, et les deux derniers ne le sont généralement pas, même théoriquement. Pour cette raison, toute solution suppose une préférence ou une hiérarchie entre des éléments non mesurables, et on la confie à un jury parce que sa décision sera vraisemblablement la plus conforme aux normes communément acceptées, qu'elles soient réelles ou imaginaires.⁶

Sept ans plus tard, le juge Hand énonçait ce principe en termes algébriques.⁷ P correspondant au risque de blessure, L à la perte et B aux dépenses encourues pour éviter les blessures, il déclara que la responsabilité dépend de la question de savoir si B est inférieur à L multiplié par P.

Nous pouvons poser trois objections fondamentales au critère Hand. Premièrement, comme nous l'avons déjà mentionné, les coûts de prévention ne peuvent pas être clairement définis. Par exemple, quelle proportion de ses dépenses une usine d'embouteillage de Coca-Cola doit-elle affecter pour empêcher que les bouteilles de Coke n'explorent? Si les bouteilles étaient plus minces, elles exploseraient plus souvent. Supposons que le directeur de l'usine puisse économiser la moitié du coût des matériaux en fabricant des bouteilles très minces. Pourrait-il par la suite prétendre qu'il a doublé le coût des matériaux pour empêcher que les bouteilles qu'il fabrique n'explorent?

Deuxièmement, le critère Hand ne tient pas compte de la réduction marginale des pertes; il vise à la prévention de tous les risques. Or ce peut être très coûteux d'empêcher tout à fait tel genre d'accident de se produire, mais par ailleurs assez peu coûteux d'en réduire la fréquence. Au lieu de tenir compte de ce qu'il en coûterait pour réduire un peu les pertes anticipées, le critère Hand ne juge une partie négligent qu'il était rentable d'éviter complètement l'accident.*

*Soulignons que, bien que le juge Hand ait, de fait, proposé l'application du principe de "tout ou rien", plusieurs personnes qui ont interprété ce principe se sont depuis lors orientées vers l'adoption de critères plus relatifs, comme ceux que nous décrivons ci-après, tout en continuant à les désigner comme étant le critère du juge Learned Hand.

Troisièmement, ce principe du "tout ou rien" repose sur l'hypothèse voulant que le consommateur soit indifférent au risque. Si les avantages anticipés d'un produit plus sûr sont inférieurs au coûts des mesures supplémentaires de sécurité, le défendeur ne sera pas jugé négligent. Il est néanmoins très possible que le consommateur soit prêt à payer le montant supplémentaire requis pour réduire les risques d'accident.

Bien qu'il soit très souvent mentionné dans les ouvrages juridiques, le critère Hand de négligence est sans fondement économique valable. Il est intéressant dans la mesure où il cherche à rationaliser davantage les décisions juridiques, mais nous devons aller plus loin si nous voulons trouver un critère de négligence qui s'inscrive convenablement dans la théorie économique.

CRITÈRE RELATIF* N° 1: LA RÉACTION AU COMPORTEMENT
D'AUTRUI

Nous étudierons ici trois critères de négligence qui se fondent sur le principe de la réduction du coût entier. Ces trois critères sont des critères relatifs -- que l'on pourrait qualifier de "marginiaux", au sens où ils permettent d'étudier les faibles variations, ou variations marginales dans les pertes, plutôt que la seule possibilité d'éviter tout à fait qu'il y ait perte.

D'après le critère de la réaction au comportement d'autrui, on considère qu'une personne est négligente si elle n'a pas réagi de façon optimale compte tenu du comportement de l'autre partie en présence. Adopter un comportement optimal, ce serait tout simplement agir de façon à réduire au minimum la portion du coût entier sur laquelle on a prise, compte tenu de ce que fait l'autre personne.⁸

Pour illustrer cette règle, prenons l'exemple d'un accident d'automobile, où la voiture A qui avançait sur le mauvais côté de la route est entrée en collision frontale avec la voiture B. Supposons que le chauffeur B ait aperçu A suffisamment tôt pour éviter

*Nous employons ici relatif comme antonyme d'absolu, par opposition au critère Hand, qui est un critère absolu (principe de tout ou rien). (n. de la t.)

l'accident mais qu'il ait décidé de poursuivre son chemin comme si A n'était pas devant lui, penant peut-être qu'il obtiendrait un dédommagement important puisque A est de toute évidence au faute. D'après le critère de la réaction au comportement d'autrui, le chauffeur B serait jugé négligent puisqu'il n'a pas réagi de façon optimale face au comportement de l'autre chauffeur. Et il en serait de même pour le chauffeur A. Pour rendre ultimement une décision sur cette question, il nous faudrait étudier quelle règle de responsabilité s'applique lorsque les deux parties sont jugées négligentes. Nous y reviendrons, après cette analyse des critères de négligence.

Si ce critère est assez simple à appliquer dans le cas d'un accident d'automobile, il s'emploi beaucoup plus difficilement lorsqu'il s'agit d'opérations commerciales mettant en présence des consommateurs et des producteurs très nombreux. Un producteur ne peut pas, en pratique' adapter son produit au comportement de chaque consommateur à cause des dépenses élevées qu'il encourait. En outre, il ne semble pas juste d'adopter un critère variable qui dépendrait de la façon dont le consommateur se comporte une fois qu'il a acheté un produit. Comme la production et l'utilisation se font à deux moments différents, les producteurs n'observent pas en fait le comportement des consommateurs et ils doivent le deviner à l'avance. Nous devons donc rejeter ce critère de négligence puisqu'il ne convient pas aux cas typiques de responsabilité du fait des produits, qui portent sur la vente d'articles de consommation fabriqués en série.

CRITÈRE RELATIF N° 2: LE COMPORTEMENT CORRESPONDANT
A L'OPTIMUM SOCIAL

D'après ce deuxième critère de négligence, les deux parties doivent adopter un comportement optimal, c'est-à-dire agir de telle sorte qu'ensemble leurs comportements aient pour conséquence de réduire au minimum le coût entier⁹; leurs comportements produisent un optimum social. Pour le consommateur, le comportement optimal dépend de la qualité du produit. Si le consommateur connaît la qualité de chaque produit, il doit choisir le meilleur et, par après, agir en prenant les précautions nécessaires pour réduire les coûts au minimum. Si, en raison du silence du vendeur, il ne connaît pas la qualité exacte du produit qu'il achète, on s'attend à ce qu'il se conduise comme s'il

avait fait le meilleur choix. Pour ce qui est du producteur, comme il ne peut pas connaître à l'avance le comportement réel des consommateurs, on s'attend à ce qu'il fabrique ses produits en supposant que les consommateurs achèteront celui dont la qualité convient le mieux à leur situation et qu'ils réduiront le coût entier au minimum.

On suppose aussi que le juge, pour déterminer s'il y a eu négligence de part ou d'autre, connaît la qualité du produit et le genre de comportement qui serait socialement optimal. On suppose en outre que le juge est en mesure de déterminer la qualité réelle du produit et le comportement qui font l'objet de la controverse.

On peut reprocher à ce critère de négligence de faire correspondre la norme légale de non-négligence avec l'optimum social et de supposer que tous les participants -- consommateur, producteur et juge -- aient en main les renseignements nécessaires pour déterminer cet optimum. S'il nous faut, de fait, avoir une information aussi complète pour arriver à établir des règles de responsabilité qui soient efficaces, il est assez peu probable que nous réussirons à régler les controverses de façon satisfaisante. Nous pouvons toutefois réfuter pertinemment cette objection¹⁰. Comme nous l'avons souligné dans notre discussion sur la réalité des hypothèses au chapitre 2, un modèle théorique ne se veut pas une description détaillée de la réalité. Nous ne connaissons évidemment pas le véritable optimum social. Néanmoins, ce modèle idéalisé peut nous fournir une norme à l'aide de laquelle nous pourrions évaluer le critère de négligence suivant, qui est plus réaliste.

CRITÈRE RELATIF N° 3: LA JURISPRUDENCE

D'après ce critère, pour que le consommateur ou le producteur soit jugé non négligent, il doit avoir agi conformément à une norme déterminée par les tribunaux sur la base de la jurisprudence. Il n'est pas nécessaire que le juge ni aucune des parties en litige ne connaissent le comportement correspondant à l'optimum social. Il faut seulement que le juge soit capable de définir le précédent qu'il invoque et de déterminer jusqu'à quel point les deux parties en cause ont agi avec précautions.

Bien que le comportement non négligent qui réponde à la norme ne corresponde pas à l'optimum social, nous pouvons démontrer, en admettant quelques hypothèses bien fondées sur la pratique judiciaire, que cette norme se rapprochera continuellement de l'optimum.

Les tribunaux se rapprocheront de l'optimum social en révisant à l'occasion le niveau admis de précautions.* Pour juger de l'opportunité de faire de telles révisions, le tribunal pourra se demander si oui ou non une légère variation du niveau admis de précautions améliorerait le bien-être collectif.

Le tribunal décidera de fixer un nouveau niveau de précautions en fonction des arguments qui lui auront été présentés. Supposons par exemple que la règle de responsabilité dépend de la question de savoir si le producteur a été négligent et si le consommateur a fait preuve d'imprudence répréhensible. Le consommateur cherchera d'abord à démontrer que le producteur n'a pas respecté le niveau légal de précautions. S'il réussit, le producteur devra invoquer l'imprudence répréhensible du plaignant. Pour arriver à prouver que le niveau légal de précautions est trop élevé, le producteur devra démontrer que ce niveau est difficile à respecter et qu'il entraîne des dépenses trop élevées.

Si le consommateur ne peut pas démontrer au tout début que le producteur n'a pas respecté le niveau admis de précautions, il apportera des preuves à l'effet que ce niveau est trop bas et qu'il met inutilement en danger les consommateurs. Le producteur cherchera à réfuter ces arguments en déclarant qu'il n'est pas raisonnable de s'attendre à ce qu'une entreprise aille de l'avant par rapport aux pratiques communément admises dans l'industrie et qu'il en coûterait très cher pour hausser le niveau anticipé de précautions.

Si la question fait continuellement l'objet de litiges, on peut s'attendre à ce que le poids de légères variations au niveau admis de précautions pousse ce niveau vers l'optimum social. Dans ces conditions, une analyse s'inspirant du critère de négligence n° 2, celui du comportement correspondant à l'optimum social, pourrait être assez utile pour

*La jurisprudence pourra s'inspirer des pratiques courantes dans l'industrie ou du comportement d'une personne raisonnable, pour ne citer que deux critères communément utilisés.

déterminer l'efficacité des règles de responsabilité. Si une règle de responsabilité est jugée optimale d'après le critère de négligence n° 2, il est possible de prouver que le système judiciaire s'acheminera progressivement vers cet optimum en appliquant le critère de négligence n° 3. En associant le deuxième critère de négligence avec le monde théorique, et le troisième critère avec le monde réel, nous pouvons dire que les règles de responsabilité qui sont théoriquement optimales pourront servir de lignes directrices pour régler les controverses dans la réalité.

L'EFFICACITÉ DES RÈGLES DE RESPONSABILITÉ

Nous jugerons donc de l'efficacité des règles de responsabilité à l'aide du critère de négligence n° 2, celui du comportement correspondant à l'optimum social. Une règle de responsabilité sera donc considérée comme efficace s'il est dans l'intérêt de chacune des parties de fixer la portion des coûts sur laquelle elle a prise au niveau de l'optimum social, en supposant que l'autre partie fait de même.

L'efficacité peut être le résultat d'effets externes, parce que les coûts sur lesquelles une personne a prise peuvent être différents des coûts qu'elle doit réellement assumer. Si le consommateur peut obtenir suffisamment de renseignements sur le coût anticipé d'un produit (y compris les pertes et les dommages), les coûts externes du vendeur seront transformés en coûts internes parce qu'ils seront compris dans le prix du marché. Les produits plus sûrs peuvent se vendre plus cher dans la mesure où les pertes, les prix et les coûts qu'assume le ménage se combinent pour réduire le coût entier. Mais à cause des déséconomies que fait le ménage en recueillant l'information (non-convexités) et du droit du vendeur de garder cette information secrète, le prix d'une information suffisante est, pour le consommateur, habituellement trop élevé, et il y a défaillance du marché. La qualité d'un produit donné sera alors inférieure à l'optimum. Même quand la qualité d'un produit correspond à l'optimum ou s'en rapproche, il y a encore des accidents, et l'on peut étudier les règles de responsabilité pour voir se elles contribuent à l'internalisation des coûts et à la stabilité du système.

On peut répartir les règles de responsabilité en deux catégories. La première ne regroupant que les règles cherchant à savoir s'il y a eu ou non négligence, et la deuxième tenant compte aussi des coûts associés à la négligence. La distinction devient particulièrement nette lorsque les deux parties sont négligentes. Par exemple, selon la règle de l'achat aux risques du consommateur (caveat emptor), qui fait partie du premier groupe, il incomberait à l'acheteur d'assumer les pertes si les deux parties sont négligentes, alors que d'après les règles du deuxième groupe, les pertes seraient réparties entre les deux parties dans la mesure de l'écart entre leurs coûts et l'optimum.

Le Tableau 1 résume la façon dont la responsabilité est répartie selon les six règles du premier groupe.

Tableau 1: Répartition de la responsabilité selon six règles

- C = le consommateur est responsable (il assume toutes les pertes et n'obtient aucun dédommagement).
- P = le producteur est responsable (il dédommage le consommateur pour les pertes subies).

Règle	Seul le consommateur est négligent	Seul le producteur est négligent	Les deux sont négligent	Aucun n'est négligent	Résultat
1	C	C	C	C	Inefficac
2	P	P	P	P	Inefficac
3	C	P	C	P	Efficace
4	C	P	P	C	Efficace
5	C	P	C	C	Efficace
6	C	P	P	P	Efficace

X

RÈGLE N° 1: L'ACHAT AUX RISQUES DU CONSOMMATEUR
(CAVEAT EMPTOR)

En vertu de la règle de l'achat aux risques du consommateur, c'est le consommateur qui doit assumer les pertes, quelle que soit la négligence du vendeur. Le vendeur qui souhaite porter ses profits au

maximum ne réduira pas la portion des coûts sur laquelle il a pris, parce que les pertes incomberont à celui qui les a subies, c'est-à-dire au consommateur. De toute évidence, cette règle est inefficace: les consommateurs se rendent compte que, à cause d'elle, les producteurs ne réduiront que leur prix de vente. Dans la réalité, le consommateur se rend compte que le produit n'est pas aussi sûr qu'il devrait l'être et doit alors prendre des précautions supplémentaires pour réduire les pertes. Comme les pertes pourraient en partie être réduites à meilleur coût par les producteurs, le coût des mesures de sécurité est plus élevé que l'optimum. C'est une simple application de la loi de la demande qu'à un prix plus élevé, on achètera moins. Résultat: sécurité inférieure à l'optimum et taux d'accidents supérieur à l'optimum.

La règle de l'achat aux risques du consommateur n'est pas juste non plus. Les producteurs augmentent les pertes qui incombent aux consommateurs sans avoir obtenu leur assentiment et sans leur verser de dédommagement. Le consommateur ne peut pas vraiment faire appel à un autre fournisseur puisqu'il n'a pas les renseignements qu'il lui faudrait pour faire rationnellement un choix.

L'obligation contractuelle

La règle de l'achat aux risques du consommateur ressemble de près à celle voulant qu'il y ait obligation contractuelle pour que le consommateur puisse intenter des poursuites contre le vendeur ou le producteur. Dans un tel cas, si le fournisseur est négligent et que sa négligence a entraîné des pertes, le consommateur doit démontrer qu'il y a eu un contrat entre lui-même et le fournisseur. Lorsque le fournisseur est un manufacturier que plusieurs maillons de la chaîne de distribution séparent du consommateur, l'obligation contractuelle équivaut à l'achat aux risques du consommateur.

Les simples pertes économiques

Les consommateurs sont généralement tenus à la preuve contractuelle si la seule perte qu'ils subissent est une réduction de la valeur économique du produit. Par exemple, si un consommateur est blessé -- il perd un oeil parce qu'une bouteille de boisson

gazeuse a explosé -- il peut intenter des poursuites pour quasi-délict et obtenir un dédommagement sans avoir à prouver l'obligation contractuelle. Mais si ses pertes sont de nature purement économique -- il a reçu tout un chargement de bouteilles défectueuses -- il ne pourra pas poursuivre pour quasi-délict parce qu'il n'a pas été blessé. Les exceptions à cette règle sont rares.

Le point de vue économique ajoute par conséquent du poids aux arguments juridiques voulant que l'obligation contractuelle et l'incapacité d'intenter des poursuites en délict ou quasi-délict pour de simples pertes économiques ne soient pas de bonnes lois. Évidemment, l'économique n'offre pas de solution détaillée parce que, entre autres difficultés, elle ne fait pas de distinction entre délict ou quasi-délict et contrat.

RÈGLE N° 2: LA RESPONSABILITÉ SANS FAUTE DU FABRICANT

En droit, la responsabilité sans faute du fabricant est une théorie bien particulière sur la base de laquelle un plaignant peut plaider sa cause. Elle pose deux conditions: (1) que le produit soit déjà défectueux lorsqu'il échappe au contrôle du producteur, et (2) que la défectuosité soit la cause immédiate de la perte. En l'absence de cette règle, le plaignant devrait normalement avoir à démontrer, outre ces deux conditions, que le producteur a été négligent, c'est-à-dire qu'il n'a pas pris toutes les précautions nécessaires pour éviter cette défectuosité. D'après la règle de la responsabilité sans faute du fabricant, le comportement du producteur n'est pas en cause: il faut seulement prouver que le produit est défectueux.*

On peut invoquer la responsabilité sans faute du fabricant dans des poursuites judiciaires aux États-Unis et en France, mais non au Canada. Il convient toutefois de souligner que les tribunaux canadiens semblent avoir adopté une règle de facto de responsabilité sans faute du fabricant lorsqu'il s'agit de denrées alimentaires. En outre, la plupart des gouvernements provinciaux du Canada songent sérieusement à imposer la responsabilité sans faute du fabricant au moyen d'une loi.

*En vertu de l'obligation (ou responsabilité) inconditionnelle, le plaignant n'a qu'à prouver que c'est le produit qui a causé la perte; il n'a pas à démontrer que le produit était défectueux ni que le producteur a été négligent.

En vertu de cette règle de la responsabilité sans faute, c'est le producteur qui paie pour les pertes causées par son produit défectueux, même s'il n'a pas été négligent. De plus, il ne peut pas invoquer l'imprudence répréhensible du consommateur pour sa défense. Comme, en théorie, le consommateur est plainement dédommagé de toutes les pertes qu'il subit, il aura tendance à abaisser le niveau de précaution au-dessous des niveaux optimum. Il peut réduire les dépenses du ménage sans avoir à défrayer lui-même les coûts supplémentaires. Il s'agit là de coûts externes qu'assume le producteur. Le producteur, qui le sait, concevra un produit trop sûr, cherchant par là à se protéger contre les consommateurs négligents. La responsabilité sans faute du fabricant n'est donc pas une règle efficace.

Il faut prendre garde toutefois de conclure que cette conséquence, valable en théorie, vaut pour la réalité, parce qu'il est rare que les consommateurs soient pleinement dédommagés, au moins en ce qui a trait aux dommages corporels. L'adoption de cette règle de la responsabilité sans faute du fabricant au Canada pourrait augmenter un peu la valeur anticipée des dédommagements. Mais il est peu probable qu'elle ait des répercussions importantes, à cause du coût des poursuites judiciaires, qui découragent presque toujours les consommateurs, et des attitudes actuellement favorables aux consommateurs, qui risquent de réduire l'importance d'un mouvement vers la responsabilité sans faute du fabricant.

RÈGLE N° 3: LE PRODUCTEUR, PRÉSUMÉ RESPONSABLE SANS FAUTE, PEUT INVOQUER L'IMPRUDENCE RÉPRÉHENSIBLE DU CONSOMMATEUR

PR

Cette règle fait porter la responsabilité sur le producteur, qu'il soit négligent ou non, mais elle lui permet d'échapper à cette responsabilité si le consommateur a aussi été négligent. On dit alors que le consommateur est coupable d'imprudence répréhensible, de manque de précautions ou de faute partagée. Ce dernier qualificatif pourrait être placé entre guillemets puisque, légalement, en vertu de la responsabilité sans faute du fabricant, la négligence du producteur n'est pas en cause. Pour définir plus logiquement cette règle, disons simplement que le consommateur est responsable s'il est jugé négligent, et qu'en l'absence de preuve de sa négligence, c'est le producteur qui est responsable.

La règle n° 3 assure un comportement optimal de la part des consommateurs comme des producteurs et elle offre ainsi une solution efficace. Le consommateur sait qu'il ne sera jugé responsable que s'il est négligent, et par conséquent, il prend le maximum de précautions. Pour sa part, le producteur s'attend à ce que le consommateur prenne le maximum de précautions et que les pertes lui incombent. Le sachant, il réduit au minimum la somme de ses coûts et des pertes.

On peut dire que la solution est équitable lorsque le producteur ou le consommateur est négligent, parce que c'est la personne négligente qui assume la perte. Cette façon de voir les choses tient évidemment au principe voulant que chacun subisse les conséquences de ses actes. Il arrive souvent, toutefois, que le consommateur ne soit pas au courant des pertes désastreuses qu'il risque de subir. Il serait aussi probablement raisonnable de faire porter le poids des pertes sur le consommateur négligent si ces pertes se maintenaient toujours dans la moyenne mathématique; or, la moyenne inclut aussi certaines pertes énormes qui surviennent très rarement. Dans ce cas, non seulement il n'est pas juste, mais il n'est pas non plus efficace, de faire porter le poids d'une perte désastreuse mais rare sur un seul consommateur, alors que le producteur perut répartir les pertes énormes qu'ont provoqué quelques consommateurs entre tous les consommateurs -- en haussant les prix, et par le fait même en dispersant les risques et en améliorant le bien-être collectif.

Soulignons que lorsque le consommateur et le producteur sont tous deux négligents, le consommateur n'obtient aucun dédommagement, tandis que lorsque ni l'un ni l'autre n'est négligent, le consommateur est pleinement dédommagé. Il ne semble pas y avoir de raison particulière pour expliquer cette répartition des pertes; il s'agit simplement d'une division arbitraire qui, de fait, peut être modifiée sans que soit altérée l'efficacité de la règle.

RÈGLE N° 4: LE PRODUCTEUR EST RESPONSABLE
S'IL EST JUGÉ NÉGLIGENT

On doit ici prouver que le producteur a été négligent pour qu'il soit jugé responsable. La règle 4 est donc l'envers de la règle 3. En consultant le Tableau 1, nous pouvons voir que la règle 4 donne les mêmes résultats que la règle 3, sauf que, lorsque les deux ou aucun des deux ne sont négligents, la

distribution arbitraire des pertes est inversée. Cette règle pourrait donc être interprétée comme une règle de responsabilité sans faute du consommateur, avec possibilité d'invoquer l'imprudence répréhensible du producteur.

Le règle 4 est efficace puisque les deux parties réduiront au minimum les coûts sur lesquels elles ont prise. Le producteur adoptera un comportement optimal pour éviter d'être jugé négligent. Le consommateur supposera que, s'il encourt des pertes, il ne pourra pas prouver que le producteur a été négligent. Le producteur aura un comportement optimal parce qu'il est dans son intérêt d'agir ainsi. Par conséquent, le consommateur agira de façon à réduire au minimum tous les coûts sur lesquels il a prise, puisqu'il ne sera pas dédommagé de ses pertes.

RÈGLE N° 5: LE PRODUCTEUR EST RESPONSABLE S'IL
EST JUGÉ NÉGLIGENT MAIS IL PEUT INVOQUER
L'IMPRUDENCE RÉPRÉHENSIBLE DU CONSOMMATEUR

En vertu de la règle n° 5, si une partie seulement est négligente, c'est elle qui est responsable. Si les deux parties sont négligentes, le producteur peut invoquer l'imprudence répréhensible du consommateur pour échapper à la responsabilité. Si aucune des parties n'est jugée négligente, les pertes incombent à la victime -- le consommateur.

Il peut sembler injuste au citoyen d'aujourd'hui, davantage porté à prendre parti pour le consommateur, que le producteur puisse échapper aussi complètement à la responsabilité, mais cette règle a dominé le droit des délits et quasi-délits pendant de nombreuses années. Elle est exprimée avec une clarté particulière dans la cause de Brown c. Kendall.¹² Deux chiens appartenant à Brown et Kendall ayant entrepris de se battre, Kendall ramassa un bâton et se mit à les frapper pour les séparer ce faisant, il atteignit accidentellement Brown à l'oeil, le blessant gravement. Le juge en chef Shaw décréta que "... si, au moment du coup, le demandeur et le défendeur avait pris les précautions normales, ou si le défendeur avait pris les précautions normales mais non le demandeur, ou si ni le demandeur ni le défendeur n'avaient pris les précautions normales, le demandeur ne pourra pas être dédommagé."¹³

Cette règle est efficace parce que les deux parties réduiront les coûts sur lesquels elles ont prise. Le producteur suppose que le consommateur adopte un comportement optimal et que, par conséquent, il ne pourra pas invoquer l'imprudence répréhensible de sa part. Il doit donc adopter lui aussi un comportement optimal pour éviter d'être jugé négligent et par le fait même responsable. Le consommateur, pour sa part, suppose que même s'il n'est pas négligent, c'est à lui qu'incomberont les pertes. Il déduira donc au minimum tous les coûts sur lesquels il a prise. Ensembel, leurs comportements auront pour effet de réduire au minimum le coût entier.

Bien qu'elle ait prévalu pendant longtemps en droit commun, cette règle particulièrement injuste. Le consommateur subit la perte et n'est pas dédommagé lorsque les deux parties sont négligentes comme lorsqu'aucune ne l'est. Cette particularité confirme manifestement le point de vue de Fleming à l'effet que le principe selon lequel "il n'y a pas de responsabilité sans faute" a été énoncé pour servir les intérêts de l'industrie.

RÈGLE N° 6: LE CONSOMMATEUR EST RESPONSABLE S'IL EST JUGÉ NÉGLIGENT MAIS IL PEUT INVOQUER L'IMPRUDENCE RÉPRÉHENSIBLE DU PRODUCTEUR

Ce qui constitue l'essence même de cette règle, c'est que le consommateur ne sera pas dédommagé s'il est jugé seule partie négligente. Dans tous les autres cas, c'est le producteur qui sera responsable. Par conséquent, cette règle est l'inverse de la règle 5. Elle donne les mêmes résultats que la règle de la responsabilité sans faute du fabricant (règle n° 2), avec cette exception que lorsque le consommateur est négligent et que le producteur ne l'est pas, c'est le consommateur qui est responsable. Dans leur esprit, toutefois, cette règle et celle de la responsabilité dans faute du fabricant sont très différentes: selon la règle 6, le producteur doit non seulement prouver que le consommateur a été négligent (comme dans la règle 3), mais il doit aussi ne pas avoir été négligent lui-même. Autrement dit, le fardeau de la preuve incombe au producteur.

La règle 6 est efficace pour les mêmes raisons que les autres règles fondées sur la négligence. Le consommateur réduit ses coûts parce qu'il peut éviter d'être jugé responsable. Le producteur réduit également ses coûts parce que, même s'il n'est pas négligent, il sera jugé responsable.

Cette règle plaçant le fardeau de la perte sur le producteur lorsque les deux parties sont responsables comme lorsqu'aucune ne l'est, on peut prétendre qu'elle est injuste et arbitraire; mais il faudrait alors réfuter l'argument selon lequel le producteur est simplement un moyen de disperser les risques entre les consommateurs. On peut répondre à cet argument de la dispersion des risques que, si le consommateur bénéficiait d'une assurance accident, les mêmes résultats pourraient être obtenus sans qu'il y ait d'élément coercitif. Le débat graviterait alors autour d'une double question, à savoir (1) si les consommateurs devraient être obligatoirement assurés contre les pertes dues aux accidents, et (2) si la meilleure façon de leur fournir cette assurance est de rendre les entreprises responsables des accidents provoqués par leurs produits.

RÈGLE N° 7: LA PARTIE QUI AURAIT PU ÉVITER LES PERTES AUX MOINDRES FRAIS EST RESPONSABLE

Les juristes qui ont étudié les règles de responsabilité d'un point de vue économique ont proposé que la responsabilité incombe à celle des parties qui aurait pu éviter les pertes aux moindres frais. Harold Demestz a écrit à ce propos qu'il est difficile de suggérer un critère de responsabilité autrement qu'en imputant celle-ci à la partie qui aurait pu le plus facilement éviter les pertes.¹⁴ G. Calabresi et J.T. Hirschhoff ont proposé d'imputer la responsabilité à celle des parties à un accident qui était le mieux en mesure de faire l'analyse coûts-avantages entre le coût d'un accident et le coût de prévention d'un accident et d'agir en conséquence une fois l'analyse effectuée. Le tribunal n'aurait plus alors qu'à déterminer laquelle des parties aurait pu éviter les pertes aux moindres frais.¹⁵

En déterminant laquelle des deux parties aurait pu éviter les pertes au moindre coût, on arrivera toutefois inévitablement à une solution non optimale si l'on interprète cette règle en vue d'éliminer complètement les pertes. Il faudra donc

fonder l'analyser sur la possibilité d'éviter les pertes marginales plutôt que sur l'approche du tout ou rien. On étudiera donc le montant supplémentaire de dépenses nécessaire pour réduire les pertes de \$1. La règle 7 impute ainsi la responsabilité à la partie qui aurait pu réduire les pertes au moindre coût marginal.

On peut illustrer assez simplement le calcul des coûts marginaux. Supposons que le producteur puisse, en augmentant son prix de \$1, réduire la perte anticipée (par unité) de \$5 à \$2. Comme la réduction de \$3 coûte \$1, une réduction de \$1 aurait un coût marginal de \$0.33. Supposons maintenant que le consommateur puisse, par une dépense supplémentaire de \$1 au coût qu'assume le ménage, réduire la perte anticipée de \$5 à \$3; le coût marginal de réduction des pertes serait alors de \$0.50 par unité. Le coût marginal de producteur (\$0.33) étant inférieur au coût marginal du consommateur (\$0.50), c'est le producteur qui aurait pu éviter les pertes aux moindres frais.

Avant d'analyser l'efficacité de cette règle, il convient de formuler une dernière hypothèse, à savoir que plus on dépense d'argent pour prévenir les pertes, plus le coût marginal de la prévention augmente. Autrement dit, quand on ajoute à la sûreté d'un produit, les dernières mesures de sécurité que l'on prend coûtent plus cher que les premières. Rationnellement, une personne exploitera toujours en premier lieu des occasions permettant les plus gros bénéfices.

Pour les deux parties, la stratégie optimale consistera à accroître les coûts de prévention jusqu'à ce que le coût marginal, pour chacune d'elles, soit égal à \$1. A ce stage, le coût entier sera réduit au minimum. On pourra alors décider de la responsabilité en adoptant une règle qui la répartit entre les participants ou l'impute à l'un d'eux. La règle 7 est par conséquent efficace.

On peut prouver la validité de cette proposition en avançant l'hypothèse, arbitraire, selon laquelle lorsque les coûts marginaux sont les mêmes pour les deux parties, la perte incombe au consommateur. Le consommateur suppose que le producteur adoptera un comportement optimal et qu'il devra donc lui-même assumer toutes les pertes c'est pourquoi il réduit au minimum la somme de ses coûts, pertes et risques ($H + L + R$). Lorsque cette somme est à son minimum, le coût marginal d'une réduction de perte de \$1 est exactement de \$1. S'il était inférieur à \$1, par exemple \$0.60, le consommateur pourrait réduire encore son coût entier en dépensant \$0.60 pour éliminer une

perte de \$1. La somme de H + L + R ne serait pas alors au point minimum, ce qui va à l'encontre de notre première hypothèse. D'autre part, le coût marginal ne peut pas être supérieur à \$1, par exemple \$1.20, parce que là aussi il serait possible de réduire encore le coût entier. Le consommateur pourrait, par exemple, réduire H de \$1.20, ce qui accroîterait la somme de L et R de \$1 et aurait pour résultat net de réduire le coût entier de \$0.20. La chose n'est pas possible si le coût entier est déjà réduit au minimum.

Le producteur présume que le consommateur agit dans son propre intérêt et fixe le coût marginal à \$1. Il sait par ailleurs que si son coût marginal est supérieur à \$1, il sera jugé responsable. La façon la moins coûteuse pour lui d'éviter la responsabilité est donc de fixer son coût marginal à \$1. Les coûts marginaux étant alors les mêmes pour le producteur et le consommateur, la responsabilité incombera au consommateur. Lorsque son coût marginal est de \$1, le producteur peut aussi prouver qu'il réduit ses coûts au minimum. Les grandes lignes de l'argument sont essentiellement les mêmes que celles de la preuve précédente, mais d'autres conditions, appelées conditions secondaires, doivent aussi être remplies.

Cette règle rappelle, quoique sous une forme différente, certains éléments du critère Hand de négligence. Le critère Hand s'appuie sur ce qu'il en coûte pour éviter complètement une perte, alors que la règle dont il est question ici se base sur ce qu'il en coûte pour réduire les pertes de \$1. De plus, le critère Hand analyse seulement les coûts assumés par le défendeur pour déterminer s'il a été négligent, alors qu'ici on compare les coûts pour les deux parties. Il semble que l'objectif du juge Learned Hand ait été de trouver la façon la plus efficace d'éviter une perte, ce qui est également le cas pour la règle dont nous discutons ici. Les différences tiennent plus au progrès de la technique qu'à des changements à la philosophie de base.

RÈGLE N° 8: LA RESPONSABILITÉ PROPORTIONNELLE

La responsabilité proportionnelle est la règle que l'on applique actuellement au Canada, dans les systèmes judiciaires, lorsqu'il s'agit de délits ou de quasi-délits. Les dommages peuvent être distribués entre les parties selon leur niveau relatif de négligence. Nous définirons la responsabilité

proportionnelle comme une règle visant à répartir la responsabilité selon la différence entre les pertes au niveau optimum et les pertes dues, pour une partie, au fait qu'elle se soit éloignée de cet optimum.

Les pertes supplémentaires causées par le comportement non optimale de l'usager sont évaluées au moyen de l'équation suivante:

$$L_i = L_i - L^*$$

dans laquelle

L_i = la perte additionnelle attribuée à la i-ième personne (producteur ou consommateur)

L_i = la perte, compte tenu des dépenses réelles de la i-ième personne en H ou en P, et

L^* = la perte optimale.

Illustrons plus concrètement cette équation à l'aide d'un exemple. Supposons que la perte optimum total esoit de \$2 pour le produit, mais que, le consommateur et le producteur ayant tous deux été négligents, la perte réelle soit de \$5. Supposons en outre que, des \$3 supplémentaires de perte, \$1 soit attribuable au consommateur et \$2 soit attribuable au producteur. Les pertes se répartiraient comme suit:

$$\text{Proportion imputable au consommateur} = \frac{L_c}{L_c + L_p} = \frac{1}{3}$$

$$\text{Proportion imputable au producteur} = \frac{L_p}{L_c + L_p} = \frac{2}{3}$$

Le consommateur aurait donc à assumer le tiers de la perte totale de \$5 et le producteur à dédommager le consommateur des deux tiers de cette perte.

La règle n° 8 est efficace parce que chacune des parties présume que l'autre agira de façon optimale; la partie qui fait preuve de négligence aura donc à assumer tous les coûts. En l'absence de négligence, la responsabilité pourrait incomber à l'une ou l'autre des deux parties. Si l'on établit, par exemple, que c'est le producteur, il voudra réduire ses coûts au minimum. Le consommateur jugera lui aussi qu'il est dans son intérêt de réduire ses coûts s'il veut échapper à la responsabilité.

Il semble au premier abord que la règle 8, plus que les autres règles, traduise un certain souci de justice, puisque la responsabilité y est proportionnelle lorsque les deux parties sont négligentes. Il faut souligner toutefois que, lorsqu'une seule des parties est jugée négligente, la règle 8 répartit les pertes exactement comme le font les règles habituelles n°s 3, 4, 5 et 6 fondées sur la négligence. Lorsqu'il s'agit d'un pur accident et qu'aucune des parties n'est jugée négligente, cette règle est aussi arbitraire que les autres. Ce qui fait que cette règle est différente, c'est seulement qu'elle peut s'appliquer aux cas où il y a négligence de part et d'autre.

CONCLUSIONS

Tout d'abord, souciez-vous de réduire les pertes, et non de les éviter complètement. Trop souvent, on discute de la négligence ou de la responsabilité en cherchant à empêcher tous les accidents de survenir plutôt qu'en essayant d'en réduire la fréquence. Comme il en coûte trop cher pour prévenir tous les accidents, nous devons adopter le principe du nombre "optimal" d'accidents.

Lorsqu'on se met à réfléchir à la possibilité de réduire les pertes, il devient évident que le principe de la négligence fondée sur la notion de faute est erroné.¹⁵ La notion de faute est davantage le reflet d'un changement des valeurs sociales qu'un critère objectif. L'économie offre comme solution de définir l'écart par rapport à un comportement précis (dans ce cas-ci, la réduction des coûts au minimum) en termes d'efficacité et de chercher des moyens d'inciter à l'amélioration. Nous dirons donc qu'une personne est négligente si elle ne réduit pas au minimum les coûts sur lesquels elle a prise, les pertes résultant d'un accident faisant partie de ces coûts.

Si l'on appliquait la règle de l'achat aux risques du consommateur, l'utilisateur pourrait réduire au minimum le coût entier à la condition d'obtenir suffisamment de bons renseignements. Mais comme les entreprises ne donnent pas au consommateur suffisamment de renseignements sur les risques qu'il encourt, il faut établir des règles de responsabilité.

Lorsque les juristes et les économistes analysent les règles de responsabilité, ils ne tiennent à peu près jamais compte du fait que le consommateur souhaite éviter les risques. Dans son analyse économique du droit, Richard Posner écrit: "On ne trouve pas, dans le droit des délits et quasi-délits, de réciprocité au postulat de la théorie du risque. Il s'agirait d'une règle qui exigerait des personnes susceptibles de causer des blessures qu'elles prennent des précautions plus grandes que celles que justifie le coût des accidents, pour protéger les victimes possibles qui s'opposent au risque."¹⁶ Malheureusement, Posner suit la tendance habituelle en présumant que les consommateurs sont toujours indifférents au risque. Les conclusions d'une analyse économique qui ne tiendraient pas compte du désir des consommateurs d'éviter les risques pourraient évidemment être sérieusement mise en doute. D'après les règles de responsabilité efficaces dont nous avons discuté, les producteurs dépenseraient trop peu pour prévenir les pertes s'ils n'étaient responsables que des pertes financières susceptibles d'être mesurées. Il deviendrait ainsi théoriquement justifiable que les tribunaux prévoient le dédommagement monétaire des douleurs et souffrances des victimes et qu'ils puissent également imposer le versement de dédommagements exemplaires.

Bien qu'elle ait permis de démontrer que la règle de l'achat aux risques du consommateur et celle de la responsabilité sans faute du fabricant ne sont pas efficaces alors que d'autres règles le sont, notre analyse n'a pas pour autant fourni de critères à l'aide desquels choisir parmi les règles efficaces. Il est même possible, comme nous l'avons mentionné, que par souci de justice ou pour d'autres raisons -- si l'on tient compte par exemple des coûts exclus ou de l'assurance -- on soit amené à préférer une règle qui, dans notre cadre de travail restreint, a été qualifiée d'inefficace. Trop d'éléments ont été écartés de cette analyse pour que nous soyons en mesure de porter un jugement définitif, et il faudrait certainement faire de nouvelles études qui tiennent compte d'autres facteurs.

Si nous étudions le choix d'une règle de responsabilité à la lumière de ce que nous avons dit aux chapitres qui précèdent, il est difficile de mettre en doute qu'un régime national d'assurance accident serait beaucoup plus efficace que le système judiciaire si l'on veut dédommager convenablement les victimes. Si les tribunaux n'ont plus pour rôle que la dissuasion, on peut se demander s'il ne serait pas possible d'instituer une procédure relativement peu officielle,

dans laquelle des agents formés spécialement en vue de l'audition des causes remplaceraient les tribunaux pour imposer des sanctions et ordonner aux entreprises d'apporter des correctifs à la conception et au mode de fabrication des produits hasardeux.

NOTES

On trouvera les notices bibliographiques complètes dans la bibliographie, qui suit la section des notes. Les procès sont cités à la fin de la bibliographie.

Chapitre 1 - Introduction

1. Donghue vs Stevenson
2. Saddlemire vs Coca-Cola Company of Canada Ltd.
3. Spruill, "Priority of Contract as a Requisite for Recovery on Warranty", cité dans W.L. Prosser, "The Assault Upon the Citadel", p. 1122.
4. Henningsen vs Bloomfield Motors Inc.
5. On trouvera un exposé plus complet des différences entre les ponts de vue économique et juridique dans Charles L. Schultze, "The Public Use of the Private Interest".

Chapitre 2 - L'économique

1. Oliver Wendall Holmes Jr., The Common Law, p. 1.
2. Richard Posner, Economic Analysis of Law, p. 320.
3. Pour un essai classique rédigé par un économiste sur le réalisme des hypothèses, voir Milton Friedmann, "The Methodology of Positive Economics". Pour la critique d'un éminent philosophe de sciences, voir Ernest Nagel, "Assumptions in Economic Theory".
4. Il s'agit de la méthode d'essai n° 24 de l'American Association of Textile Chemists and Colorists.

Chapitre 3 - La concurrence et l'imperfection du marché

1. G.H. Bousquet, Adam Smith, textes choisis et préface, Paris, Librairie Dalloz, 1950, p. 245.

2. Cité dans Hamilton, "The Ancient Maxum Caveat Emptor", p. 1135.
3. John Maynard Keynes, Essais sur la monnaie et l'économie, traduction et présentation de Michel Panoff, Petite Bibliothèque Payot, Paris, 1971, pp. 137-140.
4. Tjalling C. Koopmans, Trois essais sur la science économique contemporaine, pp. 7-65.
5. Koopmans, pp. 7-65.
6. Gérard Debreu, dans Théorie de la valeur; analyse axiomatique de l'équilibre économique, pp. 33-34, décrit comment est introduite l'information temporelle et spatiale sur les denrées. Il n'a pas jugé nécessaire de placer le mot "information" dans l'index de son ouvrage. De même, on ne trouve aucune hypothèse sur l'information parfaite dans Kenneth J. Arrow et Frank H. Hahn, General Competitive Analysis.
7. On trouve une description et une définition formelle du "tâtonnement" dans Arrow et Hahn, pp. 264-270.
8. Bien que presque tous les manuels de théorie microéconomique traitent du critère de Pareto, William J. Baumol, dans Economic Theory and Operations Analysis, pp. 399-404, en parle avec un clarté particulière et explique son utilité dans l'économie du bien-être. Nous nous sommes servi de sa définition.
9. Voir Baumol, pp. 399-404, pour un exposé sur les problèmes relatifs aux améliorations potentielles au sens de Pareto.
10. Ces deux propositions sont prouvées dans Koopmans, pp. 50-51.
11. Cette solide réponse est assez facile à prouver mathématiquement. Toutes les conditions d'optimalité sont exprimées sous la forme d'équations, et il est démontré que le modèle donnera un optimum. Puis on fait en sorte que l'une des deux conditions ait une valeur non optimale, et l'on démontre que dans l'ensemble, rien ne peut être dit sur la solution. James M. Henderson et Richard E. Quandt, Microéconomie. Formulation mathématique élémentaire, pp. 272-273, traitent de ce sujet. En outre, deux articles importants portent sur les solutions du second

rang: R.G. Lipsey et Kelvin Lancaster, "The General Theory of the Second Best"; Otto A. Davis et Andrew B. Whinston, "Welfare Economics and The Theory of the Second Best". Voir aussi D. McFadden, "A Simple Remark on the Second Best Optimality of Market Equilibria" et J. Pettengill, "The Quantitative Analysis of Distortion in a Simple General Equilibrium Model".

Chapitre 4 - Le comportement du consommateur

1. Les bases de la méthode de la moyenne-variance ont été établies dans le texte classique de Milton J. Friedman et L.J. Savage, "The Utility Analysis of Choices Involving Risk". Voir aussi Armen A. Alchian, "The Meaning of Utility Measurement". On trouve des discussions sur le sujet dans Karl Borch, "A Note on Uncertainty and Indifference Curves"; Martin Feldstein, "Mean-Variance Analysis in the Theory of Liquidity Preference and Portfolio Selection"; J. Mayshar, "A Note on Feldstein's Criticism of Mean-Variance Analysis"; M.S. Feldstein, "A Note on Feldstein's Criticism of Mean-Variance Analysis: A Reply". On trouve d'autres méthodes d'évaluation du risque dans Peter Diamond et Michael Rothschild, comp., Uncertainty in Economics. Enfin, deux articles traitent des attitudes mesurées à l'égard du risque: M.D. Preston et P.C. Baratta, "An Empirical Study of the Auction Value of an Uncertain Income"; N. Kass, "Risk in Decision Making as a Function of Age, Sex, and Probability Preference".
2. Dans plusieurs articles sur les produits hasardeux, la mesure du coût entier s'inscrit dans un cadre plus rigide, et l'on parle plutôt de prix entier d'un produit hasardeux. Voir Walter Y. Oi, "The Economics of Product Safety" et the "The Economics of Product Safety: A Rejoinder"; Victor P. Goldberg, "The Economics of Product Safety and Imperfect Information"; S. Star, "Dishonest Sellers and Market Failure"; et J.P. Brown, "Product Liability: The Case of an Asset with Candom Life".

3. Si l'on combine l'incertitude et les hypothèses de convexité sur les préférences des consommateurs, on en conclut que le consommateur a le risque en aversion. Voir Gérard Debreu, Théorie de la valeur, p. 109; Kenneth Arrow et F.H. Hahn, General Competitive Analysis, p. 134.
4. Joanne Linnerooth, dans "The Value of Human Life: A Review of the Models", traite de la différence entre les pertes d'argent et de temps et les primes pour le risque. L'article de Michael Jones-Lee, "The Value of Changes in the Probability of Death or Injury", établit quelques résultats statistiques comparatifs sur le risque de mort ou de blessure. Les deux articles suivants sont fréquemment cités: T.C. Schelling, "The Life You Save May Be Your Own", et E.J. Mishan, "Evaluation of Life and Limb: A Theoretical Approach".
5. Pour une explication plus détaillée des jeux de hasard et de la théorie du jeu, voir W.J. Baumol, Economic Theory and Operations Analysis, chapitres 22 et 23.
6. Deux articles traitent des définitions du risque et de l'augmentation de l'aversion à l'égard du risque. Michael Rothschild et Joseph E. Stiglitz, "Increasing Risk I: A Definition"; Michael Rothschild et Joseph E. Stiglitz, "Increasing Risk II: Its Economic Consequences". Un article plus ancien cherche à établir une définition du risque en fonction de la richesse de la personne qui court le risque; il s'agit de John W. Pratt, "Risk Aversion in the Small and in the Large". Ces articles sont reproduits dans P. Diamond et M. Rothschild, Uncertainty in Economics.
7. Cette section se fonde sur Sam Peltzman, Regulation of Automobile Safety; Sam Peltzman, "The Effects of Automobile Safety Regulation".
8. Peltzman, Regulation, p. 1.
9. Peltzman, Regulation, p. 26.
10. Peltzman, Regulation, p. 27.
11. Peltzman, Regulation, p. 32.

Chapitre 5 - Effets externes et coûts des transactions

1. Dans la documentation économique, les articles sur les effets externes foisonnent. En voici deux fondamentaux: Francis M. Bator, "The Anatomy of Market Failure"; Ronald Coase, "The Problem of Social Cost". Celui d'Otto A. Davis et M.I. Kamien, "Externalities, Information and Alternative Collective Action", est bien écrit et n'aborde pas le problème d'un point de vue mathématique. E. Mishan traite des effets externes et des solutions du second rang dans le marché libre dans "The Folklore of the Market: An Inquiry into the Economic Doctrines of the Chicago School". On aurait aussi avantage à consulter Mishan, "The Post-War Literature on Externalities: An Interpretive Essay". Enfin, un classique non technique, Garrett Hardin, "The Tragedy of the Commons".
2. Moore and Moore vs Jewel Tea Company and Dracket Products Company.
3. Quiconque souhaiterait en apprendre davantage sur les droits de propriété pourrait commencer par H. Demsetz, "Toward a Theory of Property Rights". Erik G. Furubotn et S. Pejovich, dans "Property Rights and Economic Theory: A Survey of Recent Literature", font un survol de la documentation sur le sujet. Les deux mêmes auteurs ont en outre colligé des textes sur les droits de propriété dans The Economics of Property Rights. Autre recueil, moins récent, celui de James Buchanan et Robert Tollison, Theory of Public Choice. Le rapport entre les droits de propriété et la responsabilité du fait des produits fait l'objet d'un article de Roladn N. McKean, "Products Liability: Implications of Some Changing Property Rights".
4. Herbert G. Grubel et Richard W. Schwindt, dans The Real Cost of the B.C. Milk Board, traitent de la valeur des permis de commercialisation du lait et des coûts supplémentaires que ces permis imposent au consommateur.
5. Le rapport entre le théorème de Coase et les droits de propriété, de même que les conditions dans lesquelles les théorème de Coase se vérifie à long terme sont étudiés par H.E. Frech dans "The Extended Coase Theorem and Long Run Equilibrium: The Non-Equivalence of Liability Rules and Property Rights".

6. Coase, pp. 495-496.
7. Coase, p. 498.
8. McCormack vs Hanksraft Company Inc.
9. Ibid., p. 495.
10. Ibid., p. 493.
11. U.S. Senate, Hearing on Product Liability Problems Affecting Small Business, p. 1603.
12. Ibid., p. 1603.
13. Ibid., p. 1601.
14. Ibid., p. 1613.
15. Ibid., p. 1614.
16. Irwin Gray et al., Product Liability: A Management Response.
17. R. David Pittle, "Regulatory Trends at the National Consumer Product Safety Commission", p. VIII.
18. The Citizen, Ottawa, 13 mars 1978, p. 1.

Chapitre 6 - La recherche d'information

1. La documentation économique sur l'information est volumineuse. Dans "The Economics of Information", George Stigler énonce des notions fondamentales à ce sujet. P. Nelson discute des types d'information dans "Advertising as Information". Dans un article très souvent cité, George Alkerloff démontre comment une information médiocre engendre une imperfection du marché; il s'agit de "The Market for 'Lemons'". Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism". H. Demtetz attaque ceux pour qui le gouvernement détient la solution aux problèmes de l'information dans "Information and Efficiency: Another Viewpoint". Deux congrès sur l'économie de l'information nous donnent une excellente idée de la recherche qui se fait actuellement dans ce secteur. Les actes du premier congrès sont contenus dans le numéro de novembre 1975 du Quarterly Journal of Economics, pp. 591-666. Les actes du second se

trouvent dans la Review of Economic Studies, octobre 1977, p. 389. Enfin, un article récent, celui de Dennis E. Smallwood et J. Conlisk, "Product Quality in Markets Where Consumers are Imperfectly Informed".

2. Robert T. Michael, The Effect of Education on Efficiency in Consumption, p. 88.
3. Ralph K. Winter, "Economic Regulation vs Competition: Ralph Nader and Creeping Capitalism", p. 902.
4. D.J. Krumm, "Warranties: A Study of Marketplace Reactions in the Appliance Industry".

Chapitre 7 - L'information et l'imperfection du marché

1. Toronto Sunday Star, "Exploding Car May Cost Ford \$128 Million", p. A17.
2. Voir deux textes classiques de P.A. Samuelson: "The Pure Theory of Public Expenditure" et "Diagrammatic Exposition of a Theory of Public Expenditure". Voir aussi Otto Davis et M.I. Kamien, "Externalities, Information, and Alternative Collective Action". H. Hemsetz apporte un autre point de vue sur les biens collectifs dans "Private Production of Public Goods".
3. Tjalling C. Koopmans, Trois essais sur la théorie économique contemporaine, p. 36.
4. Koopmans, p. 26.
5. Koopmans, p. 28.
6. U.S. Consumer Product Safety Commission Annual Report, Fiscal Year 1976, p. 42.
7. Ibid., p. 41.
8. U.S., Product Liability Problems Affecting Small Business, Part 3, pp. 1633-1634.
9. Ibid.
10. W.C. Mitchell, "The Backward Art of Spending Money".

11. Ibid., p. 25.
12. M.P. Briedman, "Consumer Confusion in the Selection of Supermarket Products".
13. W.C. Mitchell, pp. 27-28.
14. Ibid., p. 29.
15. Ibid., p. 29.
16. Gilham vs Admiral Corporation.

Chapitre 8 - Notions de base sur l'assurance

1. Les juristes ont tendance à négliger l'assurance quandils traitent de la responsabilité du fait des produits. Cette propension est attestée par le doyen Prosser, qui déclare: "Il paraît très significatif que, mise à part l'évocation fortuite du juge Traynor, quenous venons de citer, noys n'ayons trouvé aucun tribunal qui ait fait la moindre allusion à l'assurance au cours d'un procès sur la responsabilité du fait des produits. (...) De toute évidence, l'assurance RC produits ne doit pas être négligée. Mais elle ne saurait être plus qu'un palliatif; le noeud du problème est ailleurs". William L. Prosser, "The Assault Upon the Citadel", pp. 1121-1122. J. Fleming soutient un avis contraire dans The Law of Torts: "Aujourd'hui, déclare-t-il, on considère que le droit des délits et quasi-délits ne doit pas surtout viser à réprimander les coupables, mais à indemniser les victimes et à répartir le coût de l'indemnisation parmi les personnes les mieux placées pour l'assumer" (p.). Lorsqu'on étudie conjointement les lois sur la responsabilité du fait des produits et l'assurance, on s'attache surtout à l'assurance des tiers. Par exemple, on trouve cette lacune dans les propositions des commissions juridiques du Marché commun ainsi que de l'Angleterre et de l'Écosse sur la responsabilité du fait des produits. Voir Commission des communautés européennes, Product Liability; The Law Commission and the Scottish Law Commission, Liability for Defective Products. Les juristes qui estiment que les lois sur la responsabilité du fait des produits devraient être remplacées par une assurance-accidents directe des victimes font figure d'exceptions. C'est le cas de Guido Calabresi, The Costs of Accidents: A Legal and

Economic Analysis, et de Jeffrey O'Connell, Ending Insult to Injury: No-Fault Insurance for Products and Services. Soulignons qu'aux États-Unis se manifeste un courant favorable au remplacement du système des délits et quasi-délits par un régime d'assurance. Ce courant est énergique, même s'il paraît minoritaire. On trouvera un exposé sur différents régimes d'assurance sans égard à la responsabilité dans U.S. Interagency Task Force on Product Liability, Product Liability Report of the Legal Study, Vol. VI. Voir aussi P.S. Atiyah, Accidents, Compensation and the Law.

2. Le risque moral fait l'objet de nombreux articles d'économique. On trouvera une démonstration de son effet sur les marchés de l'assurance dans Mark V. Pauly, "The Economics of Moral Hazard: Comment" et dans Kenneth J. Arrow, "The Economics of Moral Hazard: Further Comment". Harold Demsetz, dans "Information and Efficiency: Another Viewpoint", insiste sur l'influence des coûts de l'information sur le risque moral. Les effets du risque moral sur l'équilibre général sont étudiés par E. Helpman et Jean-Jacques Laffont dans "On Moral Hazard in General Equilibrium Theory". Enfin, on trouvera trois points de vue intéressants sur le risque moral dans Isaac Ehrlich et Gary S. Becker, "Market Insurance, Self-Insurance and Self-Protection"; Mark V. Pauly, "Overinsurance and the Public Provision of Insurance: The Roles of Moral Hazard and Adverse Selection", 1974; Michael Spence et Richard Zeckhauser, "Insurance, Information and Individual Action".
3. Mark V. Pauly, 1974, pp. 44.
4. Ehrlich et Becker font cette remarque dans le contexte de leur modèle d'assurance: I. Ehrlich et G.S. Becker, pp. 642-643.
5. L'anti-sélection est traitée par: Mark V. Pauly, 1974; Michael Rothschild et Joseph Stiglitz, "Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information". On se réfère souvent à l'article de George A. Akerloff, "The Market for 'Lemons': Quality Uncertainty and the Market Mechanism". La conception de signaux permettant de différencier les niveaux de risque constitue un problème semblable à la distinction entre les ouvriers à faible productivité et à productivité élevée sur le marché du travail. Cette question a fait l'objet de nombreux articles de Michael Spence et

d'autres. L'article suivant peut servir d'introduction à l'étude de cette question: Michael Spence, "Job Market Signalling". Tous ces articles ont été réunis par Peter Diamond et Michael Rothschild dans Uncertainty in Economics.

6. Les modèles d'assurance sur lesquels nous sommes fondés viennent de Kenneth J. Arrow, "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care"; D.S. Lees et R. Rice, "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care: Comment"; K.J. Arrow, "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care: Reply"; K.J. Arrow, Aspects of the Theory of Risk-Bearing; B.P. Pashigian, L.L. Schkade et G.H. Menefee, "The Selection of an Optimal Deductible for a Given Insurance Policy"; Arthur Raviv, "The Design of an Optimal Insurance Policy"; Vernon L. Smith, "Optimal Insurance Coverage"; K.H. Arrow et Robert C. Lind, "Uncertainty and the Evaluation of Public Investment Decision"; I. Ehrlich et G.S. Becker, 1972; S. Shavell, "Theoretical Issues in Medical Malpractice"; nombre des autres articles colligés par P. Diamond et M. Rothschild sont suivis de commentaires utiles des compilateurs. Voir surtout les exercices sur la demand d'assurance, pp. 77-78.
7. I. Ehrlich et G.S. Becker abordent la question du remplacement de l'assurance du marché par de l'autoassurance.
8. On traite de ce point de vue et on le prouve dans: M.V. Pauly; E. Helpman et Jean-Jacques Laffont; M. Rothschild et J. Stiglitz.
9. Voir les exercices de Diamond et Rothschild, p. 78.
10. Dans Diamond et Rothschild, p. 78, on trouve à l'exercice A un problème qui prouve que l'assurance complète et l'absence d'assurance sont des solutions optimales quand les frais d'administration sont fixes.
11. Cette assertion a d'abord été prouvée par Arrow, dans l'appendice de "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care". Voir aussi l'exercice 10 de Diamond et Rothschild, p. 78.
12. Voir l'exercice 9 de Diamond et Rothschild, p. 78.

13. On trouvera une preuve simple dans D.S. Lees et R. Rice. Un autre modèle parvenant à des résultats similaires se trouve dans I. Ehrlich et G. Becker. Cette prédiction découle aussi de l'application de la méthode de la moyenne-variance. Revoir, plus tôt dans le même chapitre, l'exemple où nous définissions la variance à partir d'un cas où l'augmentation du risque découlait de la rareté plutôt que de la fréquence d'un événement.
14. On trouvera dans une étude récente des estimations de l'écart du risque une fois pris en compte les impôts et l'inflation. Il s'agit de Martin Feldstein et Lawrence Summers, "Inflation, Tax Rules, and the Long Term Interest Rate".
15. Cette assertion est prouvée dans K.J. Arrow et R. Lind.
16. Il découle en effet de la preuve fournie par K.J. Arrow dans son appendice (1963) qui si la compagnie d'assurances a le risque en aversion, l'assurance des pertes sera toujours inférieure à 100 p. cent.
17. Arrow, 1963, p. 963, cite les chiffres suivants: en 1958, les frais d'administration comptaient en moyenne pour 51.6 p. cent du revenu total tiré des primes de polices individuelles et seulement pour 9.6 pour cent dans le cas des polices collectives. Les frais d'administration du régime ontarien d'indemnisation des accidentés du travail comptent pour 7 p. cent des primes, tandis que dans le régime néo-zélandais d'assurance-accidents globales, ils ne comptent que pour 6 p. cent. Les données sur l'Ontario proviennent de Bruce Jarvis Legge, The Canadian System of Workmen's Compensation, p. 15. Celles de la Nouvelle-Zélande, de Geoffrey W.R. Palmer, "Accident Compensation in New Zealand: The First Two Years", p. 13. Aux États-Unis l'assurance RC produits, vendue aux compagnies plutôt qu'aux individus, entraîne, profits compris, des frais d'administration représentant en moyenne de 45 à 50 p. cent de la moyenne des primes reçues. Voir U.S. Interagency Task Force on Product Liability, Product Liability: Final Report of the Insurance Industry - Vol. I, p. 24.

18. L'étude américaine sur la responsabilité du fait des produits a conclu que la faiblesse de l'offre d'assurance ne posait pas de problème grave, mais qu'elle était préoccupante. On trouve dans l'étude le nom de 74 entreprises qui ont été incapables d'acheter de l'assurance RC produits à un prix acceptable. U.S. Interagency Task Force on Product Liability, Vol. I, pp. 3-14.
19. Oliver Wendall Holmes, "The Common Law: Lecture III", p. 4.
20. K.J. Arrow et R. Lind, p. 374.
21. K.J. Arrow, 1963, p. 961.
22. K.J. Arrow, 1963, p. 966.
23. K.J. Arrow, 1963, p. 6.
24. D.S. Lees et R. Rice, "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care: Comment", p. 146.
25. Lees et Rice, p. 147.
26. K.J. Arrow, 1965, p. 156.
27. Cet exemple s'inspire de l'article de G. Akerloff.
28. Voir U.S. Senate, Hearings on Impact on Product Liability. Voir aussi U.S. Senate, Hearings on Product Liability Insurance. Se reporter aux découvertes mentionnées dans la note 14 ci-dessus.

Chapitre 9 - Pour un régime national d'assurance-accidents

1. Les données sur l'indemnisation des accidentés du travail proviennent de Bruce Jarvis Legge, The Canadian System of Workmen's Compensation.
2. Legge, p. 36.
3. Legge, p. 40.
4. Legge, p. 100.
5. Legge, p. 98.
6. Legge, p. 54.

7. Legge, p. 55.
8. Ces indemnités se fondent sur 75 p. cent d'un revenu annuel de \$9 000 au moins. Legge, p. 120.
9. Legge, p. 133.
10. Robert S. Smith, "The Feasibility of an 'Injury Tax' Approach of Occupational Safety", p. 741.
11. Geoffrey W.R. Palmer, "Compensation for Personal Injury: A Requiem for the Common Law in New Zealand"; G.W.R. Palmer, "Accident Compensation in New Zealand: The First Two Years", 1977; G.W.R. Palmer, "Dangerous Products and the Consumer in New Zealand", 1979, Australia, National Rehabilitation and Compensation Bill 1977.
12. Voir Palmer, 1973.
13. Palmer, 1973, p. 13.
14. Palmer, 1973, p. 10.
15. Palmer, 1973, p. 10.
16. Palmer, 1973, p. 13.
17. Palmer, 1973, p. 14.
18. Palmer, 1973, p. 14.
19. La loi fixe à \$15 600 le maximum du revenu annuel assurable (Palmer, 1977, p. 5). Dans les statistiques de 1971 de l'impôt sur le revenu, le revenu annuel moyen était de \$NZ 3 296 (Palmer, 1973, p. 5). Le pourcentage des revenus annuels qui dépassent \$NZ 10 000 est inférieur à 1 p. cent (Palmer, 1973, p. 5). L'article 28 du projet de loi australien fixait le maximum de l'indemnité hebdomadaire à \$A 600 et le minimum à \$A 60. Comparer ces chiffres au maximum payable en Ontario: \$130 par semaine, indemnité basée sur 75 p. cent du revenu assurable de \$9 000.
20. Australie, 1977, articles 80 et 81.

Chapitre 10 - Les garanties

1. Les auteurs suivants analysent le rôle des garanties: G. Heal, "Guaranties and Risk-Sharing";

Michael Spence, "Consumer Misperceptions, Product Failure and Producer Liability"; S. Star, "Dishonest Sellers and Market Failure"; J.P. Brown, "Product Liability: The Case of an Asset with Random Life". On peut aussi étudier attentivement "The Economics of Product Safety", de Walter Y. Oi. Le problème de la fraude est repris par M.R. Darby et E. Karni, dans "Free Competition and the Optimal Amount of Fraud".

2. Si l'on permet que les consommateurs aient des attitudes différentes à l'égard du risque, il se peut que la police optimale d'assurance sous forme de garantie couvre les pertes de façon non linéaire. Pour que les garanties linéaires fragmentées soient indépendantes d'un acheteur donné, il est suffisant mais nécessaire que tous les acheteurs aient une aversion proportionnelle pour le risque. Voir la discussion et la preuve de cet énoncé dans G. Heal, pp. 551-552.
3. La preuve dans le cas de l'assurance sans frais d'administration est présentée sous forme d'exercice par P. Diamond et M. Rothschild, dans Uncertainty in Economics, exercice 7, p. 78.
4. La preuve en a d'abord été avancée par K.J. Arrow, dans l'annexe de "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care". Plus récemment, dans "The Design of an Optimal Insurance Policy", Arthur Raviv a apporté une preuve qui clarifie plusieurs points.
5. On peut le prouver en faisant l'exercice 8 de P. Diamond et M. Rothschild, p. 78.
6. Voir l'exercice 9, chez P. Diamond et M. Rothschild, p. 78.
7. L'aversion du vendeur pour le risque est suffisante mais elle n'est pas nécessaire pour que la coassurance soit optimale. La non linéarité de la fonction coût entraîne également coassurance. Voir la preuve dans Arthur Raviv.
8. La question de l'imperfection du marché qui résulte de l'inégalité d'accès à l'information est discutée dans: G. Akerloff, "The Market for 'Lemons': Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism". Voir aussi S. Star et les documents des deux symposiums sur l'économie de l'information.
9. Stuart, R., "Detroit Stunned by Recall Blitz".

10. Ce phénomène est expliqué en termes de taxe spécifique sur un produit dans la plupart des manuels de base en économique. Voir, par exemple, la représentation graphique dans R.H. Leftwich dans Le système des prix et la répartition des ressources, ou la représentation mathématique chez R. Henderson et J. Quandt, Microéconomic: formulation mathématique élémentaire.
11. Ontario Law Reform Commission, Report on Consumer Warranties and Guaranties in the Sale of Goods, p. 37.
12. Saskatchewan, The Consumer Products Warranties Act, 1977, art. 11.7.
13. Québec, Projet de loi 72, Loi sur la protection du consommateur, art. 38.

Chapitre 11 - Les voitures d'occasion: garanties et inspections

1. Fortune Magazine, 18 décembre 1978, p. 34.

Chapitre 12 - Négligence et responsabilité

1. L.M. Friedman, "The Impact of Large Scale Business Enterprise Upon Contract".
2. Ce chapitre s'inspire notamment de deux articles importants, à savoir: J.P. Brown, "Toward an Economic Theory of Liability" et F. Cooter, L. Kornhauser et D. Lane, "Liability Rules, Limited Information and the Role of Precedent". G. Calabresi discute du rôle de la loi dans la distribution des coûts des accidents dans son livre The Costs of Accidents. Toutefois, il expose plus brièvement et à certains égards plus clairement son point de vue dans son article "Does the Fault System Optimally Control Primary Accident Costs".
3. Vous trouverez une analyse de l'assurance et des règles de responsabilité dans: D. Epple et A. Raviv, "Product Safety: Liability Rules, Market Structure and Imperfect Information".
4. John G. Fleming, The Law of Torts, p. 102.

5. John G. Fleming, p. 102.
6. Conway C. O'Brian, p. 612.
7. U.S. c. Carroll Towing Co., p. 173.
8. C'est J.P. Brown qui, le premier, a présenté la méthode de base pour étudier les règles de responsabilité et les critères de négligence dans un cadre mathématique formel. Il décrit ce critère de la réaction au comportement d'autrui sous le nom de Limited Information Incremental Standard (p. 334).
9. Brown décrit ce critère comme le Incremental Standard (p. 333.).
10. C'est R. Cooter, L. Kornhauser et D. Lane qui, les premiers, ont réfuté cette objection.
11. Voir R. Cooter, L. Kornhauser et D. Lane. Deux autres auteurs en arrivent à des conclusions semblables mais pour des motifs différents. Ce sont: G.L. Priest, "The Common Law Process and the Selection of Efficient Rules", et P.H. Rubin, "Why is the Common Law Efficient?".
12. Brown c. Kendall, p. 292.
13. Brown c. Kendall, p. 296.
14. H. Demsetz, "When Does the Rule of Liability Matter?", p. 28.
15. G. Calabresi et J.T. Hirschoff, "Toward a Test for Strict Liability in Torts", p. 1060.
16. Richard A. Posner, Economic Analysis of Law, p. 73.

BIBLIOGRAPHIE

Akerloff, G., "The Market for 'Lemons': Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism", Quarterly Journal of Economics,

Alichain, Armen A., "The Meaning of Utility Measurement", American Economic Review, vol. 43, March 1953: 26-50.

Arrow, Kenneth J., "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care", American Economic Review, 51, 5, Dec. 1963: 941-973.

Arrow, K.J., "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care: Reply", American Economic Review, 55, March 1965: 154-158.

Arrow, K.J., Aspects of the Theory of Risk-Bearing, Helsinki: Yrjo Johnsson Foundation, 1965.

Arrow, Kenneth J., "The Economic of Moral Hazard: Further Comment", American Economic Review, vol. 58, no. 3, part 1, June 1968: 537-539.

Arrow, J.J. and Robert C. Lind, "Uncertainty and the Evaluation of Public Investment Decisions", American Economic Review, 60, 3,

Atiyah, P.S., Accidents, Compensation and the Law, Weidenfeld and Nicolson, 1975.

Australia, National Rehabilitation and Compensation Bill 1977, House of Representatives, 1977.

Bator, Francis M., "The Anatomy of Market Failure", Quarterly Journal of Economics, August 1958: 351-379.

Baumol, William J., Economic Theory and Operations Analysis, New Jersey: Prentice-Hall, Inc., 1972.

Beard, R.W., T. Pentikäinen, and E. Pesonen, Risk Theory, London: Chapman and Hall, 1977.

Borch, Karl, "A Note on Uncertainty and Indifference Curves", Review of Economic Studies, 36, 1969: 1-4.

- Brown, J.P., "Toward an Economic Theory of Liability", Journal of Legal Studies, 2, June 1973: 323-349.
- Brown, J.P., "Product Liability: The Case of an Asset with Random Life", American Economic Review, 64, 1, March 1974: 149-161.
- Buchanan, James and Robert Rollison, Theory of Public Choice.
- Calabresi, G., "Does the Fault System Optimally Control Primary Accident Costs?", Law and Contemporary Problems, 33, 3, Summer 1968: 429-463.
- Calabresi, Guido, The Costs of Accidents: A Legal and Economic Analysis, New Haven: Yale University Press, 1970.
- Calabresi, G. and J.T. Hirschhoff, "Toward a Test for Strict Liability in Torts", Yale Law Journal, 81, 6, May 1972: 1055-1085.
- Coase, Ronald, "The Problem of Social Cost", Journal of Law and Economics, October 1960: 1-44, reprinted in William Breit and Harold M. Hochman, Readings in Economics, second edition, (Montréal: Holt Rinehart and Winston, Inc. 1971), pp. 484-517.
- Commission of the European Communities, Product Liability, Supplement 11/76 to the Bulletin of the European Communities, Brussels, 1976.
- Cooter, R., L. Kornhauser, and D. Lane, "Liability Rules, Limited Information, and the Role of Precedent", Bell Journal of Economics, 10, 2, 1979: 366-373.
- Darby, M.R. and E. Kavni, "Free Competition and the Optimal Amount of Fraud", Journal of Law and Economics, 16, 1, April 1973: 67-88.
- Davis, Otto A. and M.I. Kamien, "Externalities Information and Alternative Collective Action", pp. 67-86 in The Analysis and Evaluation of Public Expenditures: The PPB System, Joint Economic Committee Compendium, 91st Congress, 1st session, vol. 1, 1969, U.S., reprinted in The Bobbs-Merrill Reprint Series in Economics as number 82.
- Davis, Otto A., and Andrew B. Whinston, "Welfare Economics and the Theory of Second Best", Review of Economic Studies, vol. 32, 1965: 1-14.

- Debreu, Gerard, Théorie de la valeur: analyse axiomatique de l'équilibre économique, trad. de J.M. Comar et J. Quintard, Dumod, Paris, 1966.
- Demsetz, Harold, "Toward a Theory of Property Rights", American Economic Review, May 1967: 347-373.
- Demsetz, H., "Information and Efficiency: Another Viewpoint", Journal of Law and Economics, vol. 12, April 1969: 1-22.
- Demsetz, H., "Private Production of Public Goods", Journal of Law and Economics, 13, Oct. 1970: 293.
- Demsetz, H., "When Does the Rule of Liability Matter?", Journal of Legal Studies, 1, Jan. 1972: 13-28.
- Diamond, Peter and Michael Rothschild (eds.), Uncertainty in Economics, New York: Academic Press, 1978.
- Ehrlich, I. and Gary S. Becker, "Market Insurance, Self-Insurance and Self-Protection", Journal of Political Economy, July 1972: 623-648.
- Epple, D. and A. Raviv, "Product Safety: Liability Rules, Market Structure, and Imperfect Information", American Economic Review, 68, 1, March 1978: 80-95.
- Feldstein, Martin, "Mean Variance Analysis in the Theory of Liquidity Preference and Portfolio Selection", Review of Economic Studies, 36, 1969: 5-12.
- Feldstein, Martin S., "A Note on Feldstein's Criticism of Mean-Variance Analysis: A Reply", Review of Economic Studies, vol. XLV, no. 139, Feb. 1978: 201.
- Feldstein, Martin and Lawrence Summers, "Inflation, Tax Rules, and the Long Term Interest Rate", Harvard Institute of Economic Research Discussion Paper 606, Harvard University, Cambridge, Mass., March 1978.
- Fleming, John G., The Law of Torts, Fifth Edition, Ontario: The Carswell Company Ltd., 1977.
- Frech, H.E., "The Extended Coase Theorem and Long Run Equilibrium: The Nonequivalence of Liability Rules and Property Rights", Economic Inquiry, 7, 2, April 1979.

- Freund, John E., Mathematical Statistics, Englewood Cliffs, N.J.: Prentice-Hall, Inc., 1971.
- Friedman, L.M., "The Impact of Large Scale Business Enterprise Upon Contract", in International Encyclopedia of Comparative Law, 1973, Chapter 3, Part 1, p. 9.
- Friedman, M.P., "Consumer Confusion in the Selection of Supermarket Products", Journal of Applied Psychology, vol. 50, 1966: 529-534.
- Friedman, Milton, "The Methodology of Positive Economics", in his Essays in Positive Economics, Chicago: University of Chicago Press, 1953.
- Friedman, Milton J. and L.J. Savage, "The Utility Analysis of Choices Involving Risk", Journal of Political Economy, vol. 56, no. 4, Aug. 1948: 279-304.
- Furubotn, Erik G. and S. Pejovich, "Property Rights and Economic Theory: A Survey of Recent Literature", Journal of Economic Literature, vol. 10, no. 4, Dec. 1972: 1137-1162.
- Furubotn, Erik G., and S. Pejovich, eds., The Economics of Property Rights, Cambridge, Mass.: Ballinger Publishing Co., 1974.
- Goldberg, Victor P., "The Economics of Product Safety and Imperfect Information", Bell Journal of Economics and Management Science, 5, 2, Aug. 1974: 686-688.
- Gray, Irwin et al., Product Liability: A Management Response, New York: American Management Associations, 1975.
- Grubel, Herbert G. and Richard W. Schwindt, The Cost of the B.C. Milk Board, Vancouver: The Fraser Institute, 1977.
- Hamilton, ., "The Ancient Maxum Caveat Emptor", Yale Law Journal, 1931: 1133.
- Hardin, Garrett, "The Tragedy of the Commons", vol. 162, Dec. 13, 1968: 1243-1248. In the Bobbs-Merrill Reprint Series in ECON-138.
- Helpman, E. and Jean-Jacques Laffont, "The Theory of General Equilibrium Theory", Economic Theory, 10, 1975: 1-10.

- Henderson, James M. et Richard E. Quandt, Microéconomie Formulation mathématique élémentaire, Dumod, Paris, 1977, 2^e éd.
- Holmes, Oliver Wendall, "The Common Law: Lecture III", 1881, reprinted in Robert L. Rabin, Perspectives on Tort Law, Toronto: Little, Brown and Company, 1974.
- Jones-Lee, Michael, "The Value of Changes in the Probability of Death or Injury", Journal of Political Economy, 82, 4 July/Aug. 1974: 835-849.
- Kass, N., "Risk in Decision Making as a Function of Age, Sex and Probability Preference", Child Development, vol. 35, 1965: 577-582.
- Keynes, John Maynard, Essais de persuasion, Gallimard, Paris, 1933.
- Koopmans, Tjalling C., Trois essais sur la science économique contemporaine, Dunod, Paris, 1970.
- Krumm, D.J., "Warranties: A Study of Marketplace Reactions in the Appliance Industry", Ch. 6, of Consumerism, edited by Mary G. Jones and David M. Gardiner.
- Lancaster, Kelvin J., "A New Approach to Consumer Theory", Journal of Political Economy, vol. 74, 1966: 132-157.
- Law Commission and the Scottish Law Commission, Liability for Defective Products, Law Commission no. 82, Scot. Law Comm., no. 45, London, June 1977.
- Lees, D.S. and R. Rice, "Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care: Comment", American Economic Review, 55, March 1965: 140-154.
- Legge, Bruce Jarvis, The Canadian System of Workmen's Compensation, Toronto: Ontario Government 1972.
- Leftwich, R.H., Le système des prix et la répartition des ressources, HRW, 1965.
- Linnerooth, Joanne, "The Value of Human Life: A Review of the Models", Economic Inquiry, 17, 1 Jan. 1979: 52-74.

- Lipsev, R.G., and Kelvin Lancaster, "The General Theory of Second Best", Review of Economic Studies, vol. 24, 1956-1957: 11-32.
- Mayshar, J., "A Note on Feldstein's Criticism of Mean-Variance Analysis", Review of Economic Studies, vol. XLV, no. 139, Feb. 1978: 197-200.
- McFadden, D., "A Simple Remark^{*} on the Second Best Optimality of Market Equilibria", Journal of Economic Theory, July 1969: 26-38.
- McKean, Roland, "Products Liability: Implications of Some Changing Property Rights", Quarterly Journal of Economics, Nov. 1970: 611-626.
- Michael, Robert T., The Effect of Education of Efficiency in Consumption, NBER Occasional Paper 116. New York: Columbia University Press, 1972.
- Mishan, E.J., "Evaluation of Life and Limb: A Theoretical Approach", Journal of Political Economy, 79, July/Aug. 1971: 687-705.
- Mishan, Ezra J., "The Post-War Literature on Externalities: An Interpretive Essay", Journal of Economic Literature, 9, May 1971: 1-28.
- Mishan, Ezra J., "The Folklore of the Market: An Inquiry into the Economic Doctrines of the Chicago School", Journal of Economic Issues, vol. 9, no. 4, Dec. 1975: 681-751.
- Mitchell, Wesley C., "The Backward Art of Spending Money", American Economic Review, vol. 2, June 1912: 269-281, reprinted as Chapter 4 in Consumerism, edited by Ralph M. Gaedeke and Warren W. Etcheson, (San Francisco: Canfield Press, 1976).
- Nagel, Ernest, "Assumptions in Economic Theory", American Economic Review, May 1963: 211-219.
- Nelson, P., "Advertising as Information", Journal of Political Economy, July-August 1974: 724-754.
- New Zealand, Compensation for Personal Injury in New Zealand, Report of the Royal Commission of Inquiry, 1967.
- O'Connell, Jeffry, Adding Insult to Injury: No-Fault Insurance for Products and Services. Champaign-Urbana: University of Illinois Press, 1975.

- Oi, Walter Y., "The Economics of Product Safety", Bell Journal of Economics and Management Science, 4, 1, Spring 1973: 3-28.
- Oi, Walter Y., "The Economics of Product Safety: A Rejoinder", Bell Journal of Economics and Management Science, 5, 2, Autumn 1974: 689-695.
- Ontario Law Reform Commission, Report on Consumer Warranties and Guaranties in the Sale of Goods. Ontario: Department of Justice, 1972.
- Palmer, Geoffrey W.R., "Compensation for Personal Injury: A Requiem for the Common Law in New Zealand", American Journal of Comparative Law, 21, 1973: 1-44.
- Palmer, Geoffrey W.R., "Dangerous Products and the Consumer in New Zealand", New Zealand Law Journal, Aug. 1975: 366-394.
- Palmer, Geoffrey W.R., "Accident Compensation in New Zealand: The First Two Years", American Journal of Comparative Law, 25, 1977: 1-45.
- Pareto, Vilfredo, Le manuel d'économie politique, 4^e éd., 1906, Oeuvres complètes, tome 7, Genève, Droz, 1966.
- Pashigian, B.P., L. Schkade, and G.H. Menefee, "The Selection of an Optimal Deductible for a Given Insurance Policy", Journal of Business, 39, 1, Pt. 1, Jan. 1966: 35-44.
- Pauly, Mark V., "The Economics of Moral Hazard: Comment", American Economic Review, vol. 58, no. 3, part 1, June 1968: 531-537.
- Pauly, Mark V., "Overinsurance and the Public Provision of Insurance: The Roles of Moral Hazard and Adverse Selection", Quarterly Journal of Economics, Feb. 1974: 44-62.
- Peltzman, Sam, "The Effects of Automobile Safety Regulation", Journal of Political Economy, July/August 1975: 667-725.
- Peltzman, Sam, Regulation of Automobile Safety. Washington, D.C.: American Enterprise Institute for Public Policy Research, 1975.
- Pettengill, J., "The Quantitative Analyses of Distortion in a Simple General Equilibrium Model", Review of Economic Studies, 41, Jan. 1974: 105-117.

- Posner, Richard A., Economic Analysis of Law. Canada: Little, Brown and Company, 1973.
- Pratt, John W., "Risk Aversion in the Small and in the Large", Econometrica, vol. 32, no. 1-2, jan-avril 1964: 122-136.
- Preston, M.D. and P.C. Baratta, "An Experimental Study of the Auction Value of an Uncertain Income", American Journal of Psychology, vol. 161, 1948: 183-193.
- Priest, G.L., "The Common Law Process and the Selection of Efficient Rules", Journal of Legal Studies, 6, 1, 1977: 65-82.
- Prosser, W.L., "The Assault Upon the Citadel", Yale Law J, 69, 7, June 1969: 1099-1148.
- Québec, Projet de loi 72. Loi de la protection du consommateur, Québec, l'éditeur officiel du Québec.
- Raviv, Artur, "The Design of an Optimal Insurance Policy", American Economic Review, 69, 1, March 1979: 84-96.
- Rothschild, Michael and Joseph E. Stiglitz, "Increasing Risk I: A Definition", Journal of Economic Theory, 2, 1970: 225-243.
- Rothschild, Michael and Joseph E. Stiglitz, "Increasing Risk II: Its Economic Consequences", Journal of Economic Theory, 3, 1971: 66-84.
- Rothschild, Michael and Joseph Stiglitz, "Equilibrium in Competitive Insurance Markets: An Essay on the Economics of Imperfect Information", Quarterly Journal of Economics, 90, 1976: 629-650.
- Rubin, P.H., "Why is the Common Law Efficient?", Journal of Legal Studies, 6, 1, 1977: 51-63.
- Samuelson, Paul A., "The Pure Theory of Public Expenditure", Review of Economics and Statistics, Nov. 1954: 387-389.
- Samuelson, Paul A., "Diagrammatic Exposition of a Theory of Public Expenditure", Review of Economics and Statistics, Nov. 1955: 350-356.
- Saskatchewan, The Consumer Products Warranties Act 1977.

- Schelling, T.C., "The Life You Save May Be Your Own", in Problems in Public Expenditure Analysis, edited by S.B. Chase. Washington: Brookings Inst. 1968.
- Schultze, Charles L., "The Public Use of the Private Interest", Harpers Magazine, May 1977: 43-62.
- Shavell, S., "Theoretical Issues in Medical Malpractice", in The Economics of Medical Malpractice, edited by R. Helms. Washington, D.C.: American Enterprise Institute, 1977.
- Smallwood, Dennis E. and J. Conlisk, "Product Quality in Markets Where Consumers are Imperfectly Informed", Quarterly Journal of Economics, Feb. 1979: 1-24.
- Smith, Adam, The Wealth of Nations. New York: Modern Library, 1937, originally published 1776.
- Smith, Robert S., "The Feasibility of an 'Injury Tax' Approach to Occupational Safety", Law and Contemporary Problems, 38, 4, Summer-Autumn, 1974: 730-744.
- Smith, Vernon L., "Optimal Insurance Coverage", Journal of Political Economy, Jan. 1968: 68-77.
- Spence, Michael and R. Zeckhauser, "Insurance, Information and Individual Action", American Economic Review, 61, 1971: 380-387.
- Spruill, "Priority of Contract as a Requisite for Recovery on Warranty", (1941) 19 N.C.L. Rev. 551, 566.
- Star, S., "Dishonest Sellers and Market Failure", Discussion Paper No. 75-17, Department of Economics, University of British Columbia, July 1975.
- Stigler, George, "The Economics of Information", Journal of Political Economy, June 1961: 213-225.
- Stigler, George J. and Gary S. Becker, "De Gustibus Non Est Disputandum", American Economic Review, vol. 67, no. 2, March 1977: 76-90.
- Sutart, R., "Detroit Stunned by Recall Blitz", New York Times, March 12, 1978, Section 3, pp. 1-9.
- Symposium, "Economics of Information", Review of Economic Studies, Oct. 1977: 389-

- Tobin, James, "Comment on Borch and Feldstein", Review of Economic Studies, 36, 1969: 13-14.
- Toronto Sunday Star, "Exploding Car May Cost Ford \$128 Million", Feb. 19, 1978, p. A17.
- U.S., Consumer Product Safety Commission Annual Report, Fiscal Year 1976. Washington, D.C., 1976.
- U.S., Interagency Task Force on Product Liability. Product Liability: Final Report of the Insurance Industry, Vol. 1. Department of Commerce. National Technical Information Service. Washington, D.C., 1977.
- U.S., Interagency Task Force on Product Liability. Product Liability Final Report of the Legal Study, Vol. VI. Department of Commerce. National Technical Information Service. Washington, D.C., 1977.
- U.S. Senate, Hearings on Impact on Product Liability. Parts 1-4, Sept. 8, 10, 1976: October 20, 1976: March 9, 10, 1977. Before the Select Committee on Small Business, Washington, D.C.
- U.S. Senate, Hearing on Product Liability Problems Affecting Small Business, Part 3, December 8, 1976, before the Select Committee on Small Business. Washington, D.C.
- U.S. Senate, Hearings on Product Liability Insurance. April 27-29, 1977. Before the Subcommittee for Consumers, of the Committee on Commerce, Science and Transportation, Washington, D.C.
- Winter, Ralph K. Jr., "Economic Regulation vs Competition: Ralph Nader and Creeping Capitalism", Yale Law Journal, 82, 5, April 1973: 840-902.

PROCES

Brown vs Kendall (1850) 60 Mass. (6 Cosh.) 292.

Conway vs O'Brian (1940) 111F. 2d 611.

Donaghue vs Stevenson (1932) A.C. 562, H.L. 111.

Gillham vs Admiral Corporation, (1975), 523F. 2d 102.

Henningsen vs Bloomfield Motors Inc.(1960) A. 2d 69.

McCormack vs Handcraft Company, Inc., 154 N.W. 2d 488
(Minn. 1967).

Moore and Moore vs Jewel Tea Company and Dracket
Products Company, 253 N.E. 2d 636 Appl. Ct. of III. 1st
Dist. 1st Div. Oct. 27, 1969.

Saddlemire vs Coca-Cola Co. of Canada Ltd. (1941) 4
D.L.R. 614 (Ont. H. Ct.).

U.S. vs Carroll Towing Co. (1947) 159F. 2d 169.

