

Quelles sont les principales défaillances du marché?

Plan :

- I. Marché et informations.....
- II. Le marché : défaillant dans l'allocation des ressources.....
- A. Les externalités.....
- B. Les biens collectifs.....
- III. Synthèse.....

I. Marché et informations

Document 1:

L'exemple des voitures d'occasion permet de saisir le problème dans son principe [...] Supposons qu'il n'y ait que quatre types de voitures : les voitures neuves et les voitures d'occasion ; les voitures de bonne qualité et les voitures de mauvaise qualité (qu'aux Etats-Unis nous désignons par « lemons »). Une voiture neuve peut être une bonne voiture ou un « lemon » et, bien entendu, il en va de même pour les voitures d'occasion. [...] Sur ce marché, les acheteurs acquièrent une automobile neuve sans savoir avec certitude que l'engin est une bonne voiture ou un « lemon ». [...] Cependant, après avoir été en possession d'une voiture donnée pendant un certain temps, son propriétaire peut se faire une bonne idée de sa qualité [...] Cette nouvelle estimation est plus juste que l'estimation initiale. **Apparaît donc une asymétrie par rapport à l'information disponible sur le marché de l'automobile, car les vendeurs possèdent désormais davantage de renseignements sur la qualité des voitures que les acheteurs.** Cependant, puisque, au moment de la transaction, l'acheteur est incapable de distinguer entre une bonne et une mauvaise voiture, les voitures, bonnes ou mauvaises, se vendent au même prix. D'autre part, il est évident qu'une voiture d'occasion ne peut avoir la même valeur qu'une voiture neuve ; si cela était le cas, il serait alors possible de négocier un « lemon » au prix d'une voiture neuve et d'acheter une autre voiture neuve avec une plus grande probabilité qu'elle soit bonne et une plus faible probabilité qu'elle soit mauvaise. C'est ainsi que le propriétaire d'un bon véhicule est doublement « coincé ». Non seulement il ne peut percevoir la véritable valeur de sa voiture, mais il ne peut percevoir la véritable valeur de sa voiture neuve [...] La plupart des voitures échangées seront des « lemons » tandis que les bonnes voitures risquent de ne plus être mises sur le marché. Les « mauvaises » voitures ont tendance à chasser les bonnes.

G.Akerloff (1970) « The market for « Lemons »: Quality, Uncertainty and the Market Mechanism », traduction parue dans Idées, n°130, décembre 2002.

Q1- Expliquez le passage du texte en gras

Q2- En déduire la définition de l'asymétrie d'information présentée dans le texte

Q3- Quels sont les effets de cette asymétrie d'information sur le marché de l'automobile ?

Q4- En suivant l'exemple du texte, pourquoi les acheteurs de véhicules d'occasion ont plus de chance d'acheter un véhicule en mauvais état ?

Q5- Comment peut-on se protéger du risque d'acheter une voiture en mauvais état ?

Document 2 :

« Les pompiers ne sont pas contents. En effet ceux qui ont pris des risques pour secourir récemment un spéléologue, coincé dans une grotte dans la Drôme, estiment que le contribuable n'a pas à payer pour sa négligence. Et pour la première fois, un service départemental d'incendie et de secours a déposé plainte contre le spéléologue secouru, lui reprochant d'avoir «mis en danger» les sauveteurs. Dans le cas présent, le sauvetage d'un spéléologue expérimenté a nécessité l'intervention de 17 sapeurs-pompiers et 55 sauveteurs, dont quatre plongeurs.

Le spéléologue, en situation d'aléa moral, est incité à prendre des risques inconsidérés puisqu'il ne sera pas le seul à être sanctionné par son inconscience et il a même toutes les chances d'être sauvé. Il peut s'attendre à ce que les pompiers viennent à son secours pour le sauver. De plus, il ne paiera pas la facture »

« Sauvetage de spéléologues, *Economie et Aléa Moral* » David MOUREY Pontault-Combault 2007

Q6- D'après le document 2, quelles sont les raisons avancées pour expliquer le comportement du spéléologue ?

Q7- En déduire la définition de l'aléa moral

Q8- Dans le cas d'un contrat d'assurance automobile est-il possible de retrouver le même type de situation ? Que font les assurances pour limiter cette asymétrie ?

II. Le marché : défaillant dans l'allocation des ressources

A. Les externalités

Document 3 :

« Une entreprise dont l'activité émet des rejets polluants n'est pas, sans intervention extérieure au cadre du marché, contrainte d'indemniser les individus touchés par cette pollution. De façon analogue, l'entreprise qui substitue des énergies renouvelables à des énergies fossiles n'est pas rémunérée pour les retombées positives de ce changement technologique.

Ces externalités conduisent à des défauts de coordination à plusieurs échelles: ainsi les entreprises sont amenées, par la maximisation individuelle de leur profit, à produire des quantités supérieures à celles qui optimiseraient le bien-être collectif puisqu'elles n'intègrent pas dans leur prise de décision les effets néfastes de la pollution; les consommateurs, pour leur part, ne tiennent pas en compte des conséquences délétères de certains produits lorsqu'ils les achètent. »

O. Montel-Dumont, *L'économie verte*, Les cahiers français ; La Documentation française, n°355, p.4, mars-avril 2010.

Travail préparatoire : rechercher les mots de vocabulaire suivant : énergies renouvelables, énergies fossiles, délétère. Rappelez en quoi consiste la coordination par le marché.

Q1- En vous appuyant sur la définition de la défaillance du marché expliquez en quoi ce texte traite d'une défaillance.

Q2- Qui est responsable de cette défaillance?

Q3- En quoi les phrases en italiques présentent-elles deux exemples de défaillances?

Document 4:

« Le savoir produit par l'innovateur bénéficie à d'autres agents sans compensation, monétaire ou autre, de leur part. (...) Le propriétaire ne peut que partiellement en contrôler l'usage par d'autres agents. (...) Une découverte peut porter de l'information au-delà de son contenu: son existence même peut signaler la fertilité d'une voie de recherche que chacun croyait stérile. Puisque la valeur de l'invention ne peut être captée entièrement par l'inventeur, qu'elle ne se traduit donc pas intégralement dans le prix du bien, on a là un cas d'externalité positive. *Les inventions des uns bénéficient pour partie gratuitement à d'autres.* » Guillec (D.), *Economie de l'innovation*, La Découverte, Coll « Repères », pp. 48-49, 2009.

Q1- Pouvez-vous me citer des exemples d'inventions qui créent des externalités positives?

Q2- En quoi la phrase en italique reflète la définition de l'externalité?

Q3- Un brevet est un titre de propriété qui permet à son détenteur d'interdire à quelqu'un d'autre d'exploiter son invention. En quoi s'agit-il d'une réponse à une défaillance du marché ?

Q4- Que se passerait-il s'il n'y avait aucune protection des inventions?

B. Les biens collectifs

Retour sur la sensibilisation : quels problèmes posés le lampadaire ?

Les problèmes posés par le lampadaire étaient :

- La non exclusion c'est-à-dire que tous le monde a accès à cette éclairage
- Il est donc impossible d'empêcher les individus qui ne paient pas d'utiliser la lumière du lampadaire.

Document 5 :

[...] La science économique définit un bien collectif comme un bien non rival et non excluible : la consommation du bien par un consommateur n'empêche pas la consommation de ce bien par un autre consommateur et il est impossible d'exclure par les prix un consommateur de l'usage du bien (exemple de la lumière fournie par un réverbère dans une rue).

[...] Au sens strict, en science économique, les biens communs sont les biens qui sont caractérisés à la fois par la rivalité et par la non exclusion. Ce ne sont donc pas des biens collectifs et ils ne sont pas forcément des biens publics. Les pâturages communs (*commons*) dans l'Angleterre pré-industrielle ne faisaient pas l'objet d'une exclusion par les prix (jusqu'aux enclosures¹), mais l'herbe mangée par un troupeau ne pouvait pas être mangée par un autre (rivalité).

[...] Les biens de clubs sont des biens qui sont non rivaux, mais excluibles par les prix. Un premier exemple vient à l'esprit, celui d'une séance de cinéma. Dans la limite de la taille de la salle, c'est un bien non rival (indivisibilité d'usage) et l'entrée d'un nouveau spectateur dans une salle en partie vide où la projection doit avoir lieu a un coût marginal nul (ou négligeable) [...].

Alain Beitone « *Biens publics, biens collectifs, Pour tenter d'en finir avec une confusion de vocabulaire* » (Avril 2010).

¹ Le mouvement des enclosures fait référence aux changements qui, dès le XIIe siècle mais surtout à partir de la fin du XVIe et au XVIIIe siècle ont transformés l'agriculture anglaise. Les propriétés clôturées, les terrains communaux ont fait l'objet d'une appropriation privée. Cela a eu pour conséquence de chasser des campagnes de nombreux ouvriers agricoles et petits agriculteurs.

Q1- D'après le texte, qu'est-ce qu'un bien non rival et un bien non excluible ?

Q2- Quelle est la défaillance du marché présentée dans ce texte? Donnez une définition.

Q3- Y-a-t-il plusieurs types de biens énoncés dans ce texte ?

Q4- A l'aide des exemples présents dans le texte compléter le tableau. Ajouter l'exemple des vêtements.

	Exclusion	Non Exclusion
Rivalité	Biens privatifs Exemple : Vêtements	Biens communs Exemple : ressources halieutique (poisson)
Non Rivalité	Biens de club Exemple : la télévision à péage	Biens collectifs Exemple : éclairage public

Document 6:

« La définition, au sens strict, d'un bien public est fort différente : un bien public est un bien à la fois produit et fourni par la puissance publique (par exemple en France l'école publique). La production des biens collectifs n'étant pas optimale dans le cadre du marché (défaillance du marché), ces derniers sont souvent produits et fournis par la puissance publique et sont donc souvent aussi des biens publics mais il n'existe pas de relation nécessaire entre les deux types de bien : un bien collectif n'est pas forcément un bien public et vice-versa.

[...] Cette assimilation reste néanmoins problématique dans la mesure où il existe d'autres réponses aux défaillances du marché que la prise en charge par la puissance publique des biens collectifs, comme en atteste notamment l'existence de partenariats publics/privés. Tous les biens collectifs ne sont donc pas des biens publics et tous les biens publics ne sont pas forcément des biens collectifs. Il n'est pas douteux en effet que l'éducation et la santé sont des biens (ou des services) qui sont parfaitement divisibles et facilement excluables. [...] Un bien public peut donc ne pas être un bien collectif. Réciproquement, une fondation privée qui gère un espace naturel ouvert à tous, offre un bien collectif, qui n'est pas pour autant un bien public (au sens français). Les deux expressions « bien public » et « bien collectif » ne sont donc pas synonymes. »

Alain Beitone : « *Biens publics, biens collectifs, Pour tenter d'en finir avec une confusion de vocabulaire* » (Avril 2010).

Q5- Quelle est la différence entre un bien collectif et un bien public ?

Q6- Citer une des solutions présente dans ce texte pour remédier à cette défaillance du marché ? Sont-elles toutes publiques ?

III. Synthèse

L'**asymétrie d'information** est l'une des principales **défaillances du marché**. Sur un marché, l'accès à l'information est inégal. Par conséquent, certains agents n'ont pas la possibilité de faire les bons choix car ils ne disposent pas de toute l'information nécessaire. L'asymétrie d'information peut schématiquement prendre deux positions, l'**anti sélection** (dite aussi **sélection adverse**) ou l'**aléa moral**.

Dans notre exemple, la sélection adverse se traduit par l'exclusion des véhicules en bon état du marché d'occasion mais cette défaillance peut être corrigée par la mise en place d'une garantie justifiant un prix plus élevé.

Une des causes de défaillance du marché est l'**externalité** ou **effet externe**. Ce dernier peut-être négatif, ou positif. Dans les deux cas le marché n'est pas à son optimum. Dans le cas de la pollution par exemple, le marché produit trop car il ne prend pas en compte les coûts liés à la pollution. Dans le cas de l'innovation en revanche le marché n'est pas optimum, en effet le marché aurait dû produire plus en utilisant 100% de l'invention dans un cadre économique.

Un **bien collectif** admet deux caractéristiques qui sont la non rivalité (la consommation de ce bien ne peut empêcher la consommation de ce même bien par un autre individu) et la non exclusion (il est impossible d'exclure par les prix l'usage de ce bien). Il existe plusieurs types de biens défaillants du marché :

- les **biens collectifs** : la défense nationale
- les **biens communs** (rival et non exclusion) : les bancs de poisson
- les **biens de club** (non rival mais exclusion) : les chaînes de télévision à péage

Un bien collectif n'est pas forcément un **bien public** et vice-versa car un bien public est un choix de la puissance publique alors qu'un bien collectif est une défaillance de marché.

Les interventions pour résoudre le problème de bien collectif ne sont pas forcément étatiques. Elles peuvent être d'ordre privé, par exemple, une fondation privée qui gère un espace naturel ouvert à tous. Par exemple pour exclure par les prix, la solution peut être une mise en place d'un péage (les autoroutes ou les décodeurs...).