

## Quelles sont les principales défaillances du marché?

### Pré-requis:

- *définir* l'offre, la demande, le prix d'équilibre, le marché, l'optimum, CPP.

### Objectifs: être capable de...

- *définir* défaillance du marché, asymétrie d'information, alea-moral, sélection adverse, externalité positive et négative, biens collectifs, rivalité, non rivalité, bien excluable non-excluable
- *d'illustrer* par un exemple précis une défaillance du marché
- *d'identifier* dans une illustration d'un cas concret le type de défaillance du marché
- *de distinguer* solutions proposées à des défaillances du marché d'ordre étatique et d'ordre privé
- *de rédiger* un paragraphe argumenté à propos des défaillances du marché

### Plan :

I.	Marché et informations.....	4
II.	Le marché : défaillant dans l'allocation des ressources.....	6
A.	Les externalités .....	6
B.	Les biens collectifs.....	8
III.	Synthèse .....	10



Ces deux photos représentent le marché de l'occasion de l'automobile, qu'est-ce qui les différencie?

### Relances possibles:

Chez qui préféreriez-vous acheter la voiture?

Qu'est-ce qui différencie les 2 concessionnaires? Remarquez-vous des différences entre les tenues des deux vendeurs?

Kia garantie ses voitures 7 ans, pourquoi est-ce important quand on achète une voiture d'occasion?

Quels sont les risques lorsqu'on achète une voiture d'occasion?



Quels sont les problèmes que ce dessin humoristique peut soulever?

Nuisance sonore, danger pour les enfants, intimités dans son jardin

A qui profite l'éclairage de cette rue?

Imaginez que l'éclairage de cette rue soit assuré par une entreprise privée, quels problèmes se poseraient?

Comment empêcher les gens de profiter de la lumière sans payer?



Q1- Dans les chapitres précédent nous avons vu le fonctionnement du marché. Pouvez-vous rappeler ce qu'est le principe de l'exclusion par les prix?

L'utilisation d'un bien ou d'un service est réservé à l'agent qui en payé le prix. Sont donc exclus du marché ceux qui ne peuvent pas payer le prix.

Q2- En quoi les exemples ci-dessus sont-ils de nature différente? Précisez votre réponse en vous appuyant successivement sur les trois exemples ci-dessus.

Dans le premier exemple il est impossible pour l'acheteur de savoir si le véhicule d'occasion est en bon état. Il doit donc s'appuyer sur la confiance qu'il a dans le vendeur. En payant le même prix il peut soit avoir une voiture qui va tomber en panne, soit avoir une voiture qui fonctionne bien. Le prix seul ne lui permet donc pas de connaître la qualité de la voiture.

Dans le second exemple, la femme dans la chaise longue est victime du bruit. Elle n'a aucune contrepartie financière. Elle subit une nuisance (diminution de sa tranquillité) sans rien gagner en échange. L'entreprise de chemin de fer paie l'électricité utilisée pour le train à l'entreprise qui produit cette électricité. En même temps l'entreprise de chemin de fer produit du bruit donc crée une nuisance mais ne paie pas de dédommagement. Une autre conséquence négative du fonctionnement des trains réside dans le risque d'accident. Dans le dessin une mesure a été mise en place la construction d'une barrière. Si c'est la société de chemin de fer qui a fait construire la barrière pour limiter le danger, elle supporte dans ce cas un coût. On peut supposer que la construction de la barrière n'a été réalisée que parce que la réglementation étatique a contraint la compagnie de chemin de fer à procéder ainsi. On peut faire un lien avec les murs anti-bruit que les sociétés d'autoroute doivent construire pour limiter la nuisance sonore dans les zones habitées.

Dans le dernier exemple, il est impossible d'empêcher les gens de profiter de la lumière des lampadaires sans payer. Si le lampadaire est privé il est donc impossible d'exclure des individus du marché sur la base du prix.

Définition:

« On appelle **défaillance du marché** une situation dans laquelle, pour des raisons techniques, la régulation par le marché se révèle impossible ou inadéquate ».

## I. Marché et informations

Q1- Rappel sur la sensibilisation : Quels problèmes avons nous rencontré pour choisir l'un des véhicules ?

La structure ainsi présentée du marché pose le problème d'entraîner une opacité au sujet des caractéristiques des véhicules précités. Nous ne pouvions faire notre choix en connaissance de cause. Nous pouvons donc être amenés à choisir des voitures de mauvaise qualité voir même dans le doute à ne pas en acheter.

### 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

« 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 »

L'information n'est pas clairement accessible de manière uniforme par les deux parties. Le vendeur possédant davantage d'information sur le type de véhicule vendu (en terme de qualité) que l'acheteur qui prend donc le risque de ne s'apercevoir de l'existence d'un défaut sur ce véhicule qu'après utilisation.

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

Définition: L'**asymétrie d'information** est une situation dans laquelle certaines caractéristiques d'une transaction sont connues d'une partie et ne peuvent pas, sans coût supplémentaire, être découvertes par l'autre partie soit avant (ex ante) ou après l'établissement du contrat (ex post) entre les parties.

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

« 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 » ce passage illustre bien le fait que les conséquences directes de l'asymétrie d'information sont d'exclure les voitures en bon état au profit de celles en mauvais état.

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 ?

Si les acheteurs ignorent la qualité des véhicules d'occasion proposés, aucun d'entre eux n'acceptera de payer un prix élevé donc les propriétaires des véhicules de bonne qualité se retireront du marché. Par conséquent, seuls les véhicules de mauvaise qualité seront offerts.

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

Les individus peuvent se protéger de ce risque en achetant une voiture avec une garantie. Si le consommateur paie la voiture moins chère, il est plus exposé au risque d'acheter une voiture de mauvaise qualité alors que s'il la paie plus chère et qu'elle est garantie, il a moins de chance d'acheter un véhicule en mauvais état.

#### Définition de la sélection adverse

Sélection adverse ou anti sélection : désigne le fait, faute d'information parfaite, que certains agents peuvent être conduits à sélectionner des produits de mauvaise qualité.

#### 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 ?

Le spéléologue prend davantage de risques car il a la garantie d'être secouru si nécessaire et ce gratuitement (passager clandestin) car il bénéficie de la participation de chaque contribuables.

Q7- En déduire la définition de l'aléa moral

**Aléa moral ou risque moral** : situation où après la signature d'un contrat, l'un des deux agents signataires est en mesure de désavantager l'autre en raison de l'asymétrie d'information qui existe entre ces deux agents.

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 ?

Il est en effet possible de retrouver le même type de comportement au sein d'une assurance automobile car si l'individu signe un contrat tout risque, il va déclarer plus de sinistres que l'agent qui possède un contrat au tiers. Donc les assurances ont instauré le principe du bonus/malus.

## II. Le marché : défailant 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.

Sans intervention extérieure au cadre du marché l'entreprise n'est pas contrainte de prendre en compte la pollution dans ses coûts.

Q2- Qui est responsable de cette défaillance?

L'entreprise et le consommateur. Mais c'est en fait un défaut de fonctionnement du marché.

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

L'entreprise n'a pas besoin de payer la pollution qu'elle crée et l'entreprise qui fait un choix

bénéfique pour la communauté n'est pas récompensée

Q4- Comment remédier aux défaillances du marché dans ces deux exemples?

Les entreprises peuvent indemniser les individus victimes

On peut mettre en place un dispositif qui rémunère les entreprises qui choisissent des méthodes moins polluantes (subventions).

Dans les deux cas c'est l'Etat souvent qui peut apporter des solutions.

Q5- Sur le dessin humoristique de l'activité de sensibilisation représentant une femme dans son transat à côté d'un train, quelle solution a été apportée à la défaillance? Par qui? Est-ce suffisant pour pallier la défaillance?

L'installation de grille de protection par l'entreprise, bien que cette solution ne suffise pas. En effet, ça apporte de la protection, mais pas de réponses au problème sonore.

Q6- Pouvez-vous me citer des exemples de réponses du marché à la pollution?

Voiture hybride, marché de permis d'émission

Définition: « une **externalité** est une conséquence (positive ou négative) d'une activité économique qui n'est pas prise en compte par le marché. »

#### **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.* » Guellec (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?

Ex: Internet qui a révolutionné les modes de vies et l'organisation des entreprises et des marchés.

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

Elle évoque la gratuité, donc la non prise en compte par les mécanismes du marché

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 ?

Le brevet crée un droit de propriété au bénéfice de l'inventeur. Les autres agents ne peuvent donc utiliser l'invention qu'en rémunérant l'inventeur. Le brevet permet donc de créer un marché : d'une part cela incite les inventeurs à faire des recherches car ils seront rémunérés en cas de découverte, d'autre part le brevet constitue une exclusion par les prix.

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

Sans brevets chacun pourrait utiliser l'invention sans la payer. Dès lors l'inventeur ne gagne rien, et

n'a donc plus intérêt à inventer. En effet, si l'entreprise X finance de la recherche pour aboutir à une innovation et que l'entreprise Y peut en bénéficier sans contre partie, plus personne n'aura intérêt à innover.

Est-ce qu'une externalité positive est une défaillance du marché? Justifiez votre réponse

Bien que la conséquence soit positive, on assiste ici aussi à un défaut de régulation du marché. L'innovation n'est pas intégralement bénéfique à son inventeur. S'il n'y a aucun mécanisme de protection des innovateurs (exemple du brevet), personne n'aura intérêt à innover, puisqu'il n'en tirera pas plus de bénéfice que celui qui profitera de son invention sans avoir eu à financer les recherches. Donc si on laisse faire le marché, l'innovation sera ralentie.

## 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 excluable : 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 enclosures<sup>1</sup>), 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 excluables 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).

<sup>1</sup> Le mouvement des enclosures fait référence aux changements qui, dès le XIIe siècle mais surtout à partir de la fin du XVIe et au XVIIe siècle ont transformé 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 excluable ?

Un bien non rival est un bien dont la consommation du bien par un individu n'empêche pas la consommation de ce bien par un autre agent.

Un bien non excluable est un bien dont il est impossible d'exclure les consommateurs par les prix.

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

La défaillance présente dans ce texte est le bien collectif. Un bien collectif est un bien non rival c'est-à-dire qu'il est impossible d'exclure par les prix un consommateur de l'usage du bien et non excluable c'est-à-dire que la consommation du bien par un consommateur n'empêche pas la consommation de ce bien par un autre consommateur.

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

Il existe trois types de biens:

- les biens collectifs
- les biens communs
- les biens de club

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

	Exclusion	Non Exclusion
Rivalité	<b>Biens privatifs</b> Exemple : Vêtements	<b>Biens communs</b> Exemple : ressources halieutiques (poisson)
Non Rivalité	<b>Biens de club</b> Exemple : la télévision à péage	<b>Biens collectifs</b> 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 partenariat 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 ?

Un bien public est un bien à la fois produit et fourni par la puissance publique alors qu'un bien collectif est une défaillance de marché.

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

Par exemple pour les autoroutes, la solution pour remédier à la non exclusion des routes est

l'installation de péage est l'autoroute devient payante. Les remédiations des défaillances du marché liées au bien publics sont privées et 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 postions, 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 défailants 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...).