

Fiche 3.4 : Quelles sont les principales défaillances du marché ?

INDICATIONS COMPLÉMENTAIRES : On montrera qu'en situation d'information asymétrique, on constate l'existence d'équilibres avec rationnement voire l'absence de marché (marché des voitures d'occasion, marchés des professionnels de santé et des avocats, marché de l'assurance, etc.). Les diverses manières de produire et de diffuser de l'information - labellisation, publicité, comparateurs de prix, magazines de consommateurs, etc. - pourront être évoquées, de même que la réglementation publique sur l'information. En s'appuyant sur des exemples, on montrera aussi que les marchés peuvent être défaillants dans le domaine de l'allocation des ressources en présence de biens collectifs ou d'externalités (pollution, éclairage public, pollinisation par les abeilles, etc.)

NOTIONS : Asymétries d'information, externalités, biens collectifs.

SAVOIRS DE REFERENCE SUR LA QUESTION

Les défaillances en matière d'allocation des ressources

Le marché n'est pas spontanément adapté à la prise en charge des biens collectifs. La consommation de ces biens présente en effet certaines caractéristiques – la non-rivalité et la non-exclusion – qui mettent le marché en échec. Le fait qu'une multitude de personnes puissent bénéficier simultanément de la lumière d'un phare, de l'existence d'une signalisation routière, ou encore de celle d'une armée sans qu'on puisse en contrepartie en exiger un paiement, n'incite pas à leur production. Personne n'acceptera de payer pour la consommation d'un bien, aussi utile soit-il, tant qu'il est possible de se comporter en passager clandestin, et aucun entrepreneur ne voudra alors se lancer dans sa production.

Une autre défaillance du marché est son impuissance à régler le problème des externalités, c'est-à-dire les situations où l'activité d'un agent économique a des répercussions sur le bien-être d'un autre, sans que cela fasse l'objet d'une contrepartie marchande. Le marché n'est ainsi pas en mesure d'inciter ceux qui sont à l'origine de coûts externes à les réduire : quelle entreprise indemniserait de son propre chef les victimes de la pollution qu'elle a occasionnée ? Le marché est de même impuissant à encourager les externalités positives, puisque ceux qui sont à l'origine d'un accroissement du bien-être social n'en sont pas récompensés. La vaccination contre une pathologie contagieuse profite à l'ensemble de la collectivité, la recherche financée par une entreprise peut déboucher sur des innovations bénéfiques à l'ensemble de son secteur d'activité. Mais laissés aux seules forces du marché, ces bénéfices externes seront produits en quantité insuffisante, tandis que les externalités négatives seront trop abondantes.

Lorsqu'il l'estime nécessaire, l'Etat intervient pour corriger ces défaillances, notamment en prenant en charge la production des biens collectifs et en mettant en place des mesures destinées à réduire les externalités négatives ou au contraire à encourager les actions d'intérêt général.

Les asymétries d'information

Parmi les imperfections du marché figurent aussi les situations d'asymétries d'information, qui peuvent profondément perturber son fonctionnement. L'information est dite asymétrique lorsque l'une des parties dispose d'informations importantes dont l'autre partie est dépourvue, qu'il

s'agisse d'informations sur elle-même ou d'informations relatives au produit échangé. L'exemple devenu célèbre de l'achat et de la vente de voitures d'occasion, « the Market for Lemons », développé en 1970 par George Akerlof, est sans doute pertinent pour aborder cette notion d'asymétries d'information. Le fait que les vendeurs de « lemons » (ce terme désigne des voitures qui ne valent rien, et est souvent traduit par « vieux clous » ou « camelotes ») en sachent beaucoup plus sur l'état de leurs véhicules que les acheteurs peut conduire ces derniers à anticiper des défauts cachés et à offrir des prix faibles, avec pour conséquence fâcheuse un retrait du marché des vendeurs de voitures de bonne qualité, voire un effondrement des échanges. La plupart des marchés sont caractérisés par une asymétrie d'information, comme celui de l'assurance automobile où l'assuré en sait davantage sur ses qualités de conducteur que l'assureur, ou encore celui du crédit où les emprunteurs sont mieux informés de leur situation financière et des projets qu'ils cherchent à financer que les prêteurs (cf. question 4.2.).

Les problèmes que peuvent engendrer ces situations d'asymétries d'information en l'absence de dispositifs institutionnels seront développés dans le programme de Terminale (économie approfondie) avec les concepts d'aléa moral et de sélection adverse.

Pour réduire l'incertitude résultant de ces asymétries d'information, différents dispositifs ont été développés de façon à diffuser l'information faisant défaut. C'est par exemple le cas de la certification, mise en œuvre par les agents économiques eux-mêmes (guides, concours agricoles attribuant des médailles...) ou sous la contrainte des pouvoirs publics (affichage de la composition des produits alimentaires, traçabilité de la viande bovine, bilan énergétique des biens immobiliers, etc.). Les nombreux sites « comparateurs de prix » sur internet permettent également aux consommateurs de disposer d'une information plus complète en matière de prix et de pouvoir, le cas échéant, faire jouer la concurrence. Les associations de consommateurs ou d'utilisateurs jouent aussi un rôle moteur dans ce domaine en diffusant des publications et en attirant l'attention des pouvoirs publics sur telle ou telle question. Les regards croisés (« Action publique et régulation » : 2.2 Comment un phénomène social devient-il un problème public ?) pourront être l'occasion de revenir sur ces interactions entre groupes mobilisés et pouvoirs publics.

RESSOURCES ET ACTIVITES PEDAGOGIQUES PROPOSEES

Activité 1 : Illustrer la notion d'asymétries d'information

Finalité : Aborder la question des asymétries d'information et de leur traitement.

Étapes et ressources préconisées :

- Outre celui du « Market for lemons » ou ceux de l'assurance, on dispose d'un grand nombre d'exemples d'asymétries d'information. Développer celui dont le prêteur pâtirait pour être l'occasion de rappeler une des raisons d'être des banques, experts en sélection et gestion des risques, et de faire ainsi le lien avec la partie du programme portant sur le financement de l'économie (4.2 Comment l'activité économique est-elle financée ?). On pourra se reporter à cet égard à l'ouvrage de Jézabel Couppey-Soubeyran, *Monnaie, banques et finance*, PUF, 2010. (pp. 153-156 : Pourquoi les banques ?).
- Il peut aussi être intéressant d'aborder la question de la réglementation publique sur l'information à partir d'un texte littéraire : Emmanuel Carrère, *D'autres vies que la mienne*, P.O.L. collection Folio, 2009, pp. 175-204 et pp. 242-262.

[L'auteur y présente le travail d'un juge en charge des questions de surendettement au tribunal d'instance de Vienne, qui décide de s'attaquer aux contrats établis par les établissements de crédit. Il estime en effet qu'ils ne respectent pas les obligations légales censées protéger les consommateurs, imposant ainsi à ces derniers des conditions qu'ils ne sont pas en mesure de comprendre (notamment des taux d'intérêt supérieurs au taux d'usure).]

Activité 2 : Adam Smith et les biens collectifs

Finalités : Les défaillances du marché en présence de biens collectifs

Étapes et ressources préconisées :

- Utiliser le texte classique d'Adam Smith sur le devoir du souverain « d'ériger et d'entretenir certains ouvrages publics et certaines institutions que l'intérêt privé d'un particulier ou de quelques particuliers ne pourrait jamais les porter à ériger ou à entretenir » (Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations, 1776, Livre IV, fin du chapitre 9) : L'intégralité du texte est disponible sur le site : <http://classiques.uqac.ca/>

Activité 3 : Illustrer la notion d'externalités

Finalité : Analyser des exemples concrets d'externalités positives et négatives.

Étapes et ressources préconisées :

- L'exemple classique de la pollution est développé de façon très complète par Paul Krugman qui présente à la fois le problème et ses solutions privées et publiques à ce coût externe (voir bibliographie). Différents exemples d'externalités positives sont aussi développés par l'auteur (la vaccination contre la grippe, ou encore les externalités technologiques) pp. 761-764.
- On peut aussi se référer aux travaux d'Esther Duflo sur les externalités positives générées par les soins préventifs en matière de santé publique, en utilisant notamment l'exemple de la distribution des moustiquaires au Kenya (E. Duflo, *Lutter contre la pauvreté*, Tome 1, Seuil, 2010).

BIBLIOGRAPHIE

Bibliographie sélective et commentée à l'usage du professeur

- Akerlof G., « Le marché des « lemons » : l'incertitude sur la qualité et le mécanisme du marché », *Idées*, n° 130, CNDP ; décembre 2002, p. 68.
[Une traduction du fameux article de George Akerlof]
- Cahuc P., « Les avancées de la nouvelle microéconomie », *Les Cahiers français*, n° 327, 2005, pp. 6-7.
[Une présentation concise du « market for lemons », et qui a l'avantage d'exposer un exemple chiffré.]
- Krugman P., Wells R., *Microéconomie*, De Boeck, 2009.
[Sur « l'économie de la pollution » et les politiques en cas de pollution - pp. 740-760 ; sur les asymétries d'information : « La sélection adverse : l'économie de la camelote », un résumé clair et non formalisé de l'exemple d'Akerlof - pp. 942-943]
- Stiglitz J., Walsh C., Lafay J.D., *Principes d'économie moderne*, De Boeck, 3e édition, 2007.
[Il y développe la notion de défaillances du marché en clarifiant celle de bien public pur - pp. 236-238.]
- Wasmer E., *Principes de microéconomie*, Pearson, 2010.
[Pour une présentation synthétique et formalisée : des effets externes - pp. 313-323 ; des biens publics - pp. 323-330 ; de l'exemple d'Akerlof - pp. 405-409]