



CHAPITRE 3

LES LIMITES DU MARCHE

M ROPERT – PROFESSEUR DE SES
SPECIALITE SES PREMIERE

CHAPITRE 3 : LES LIMITES DU MARCHÉ

PLAN

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

A - La pluralité des situations de marché

1. La recherche d'un pouvoir de marché...
2. ...conduit à une plusieurs types de marché

B - Des marché imparfaits : monopole et oligopole

1. Le monopole
2. L'oligopole
3. La politique de la concurrence

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHÉ

Présentation : Qu'est-ce qu'une défaillance du marché ?

A – Asymétries d'informations et externalités

1. L'asymétrie de l'information
2. Les effets externes ou externalités

B - La production de biens collectifs, publics et communs

1. Un classement des différents types de biens
2. Les biens collectifs et communs

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

A - La pluralité des situations de marché

1 - La recherche d'un pouvoir de marché...

Doc 1 : Deux marchés où la concurrence est imparfaite



Enedis (filiale d'EDF) est la seule et unique entreprise chargée de la distribution de l'électricité en France.



En France, BlaBlaCar contrôle 90 % du marché du covoiturage.

DÉFINITIONS

Concurrence parfaite et imparfaite

La concurrence est dite **parfaite** si aucun acteur sur le marché ne peut à lui tout seul influencer le prix du marché, notamment s'il y a un grand nombre d'offreurs et de demandeurs, sans barrières à l'entrée. S'il n'y a qu'un seul offreur (monopole) ou un petit nombre d'offreurs (oligopole) et des barrières à l'entrée, la concurrence est **imparfaite** : les offreurs ont la possibilité de fixer leur prix.

Pouvoir de marché

Le pouvoir de marché d'une entreprise correspond à sa marge de manœuvre en matière de détermination des prix de vente. Plus il est important, plus son prix de vente **peut** s'écarter du prix qui s'établirait en concurrence parfaite.

- 1 Quel est le point commun entre Enedis et BlaBlaCar ? Comment appelle-t-on cette situation ?
- 2 Pour chacune de ces entreprises, comment peut-on expliquer cette situation ?
- 3 Quelles peuvent être les conséquences sur le prix de vente ?
- 4 Pourquoi Enedis est-elle une entreprise publique, possédée par l'État ?

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

A - La pluralité des situations de marché

1 - La recherche d'un pouvoir de marché...

Doc 1 : Deux marchés où la concurrence est imparfaite

- Dans la réalité économique la situation de marchés concurrentiels est très rare car les conditions de CPP sur lesquels elle se fonde sont irréalistes (**voir chap 2**).
- En effet les entreprises essaient constamment de contourner les conditions de CPP pour acquérir un pouvoir de marché cad devenir « faiseur de prix » (Price maker), car la concurrence réduit les profits (ils sont même nul à LT selon la théorie standard !).
- Généralement la concurrence est donc imparfaite et non parfaite.

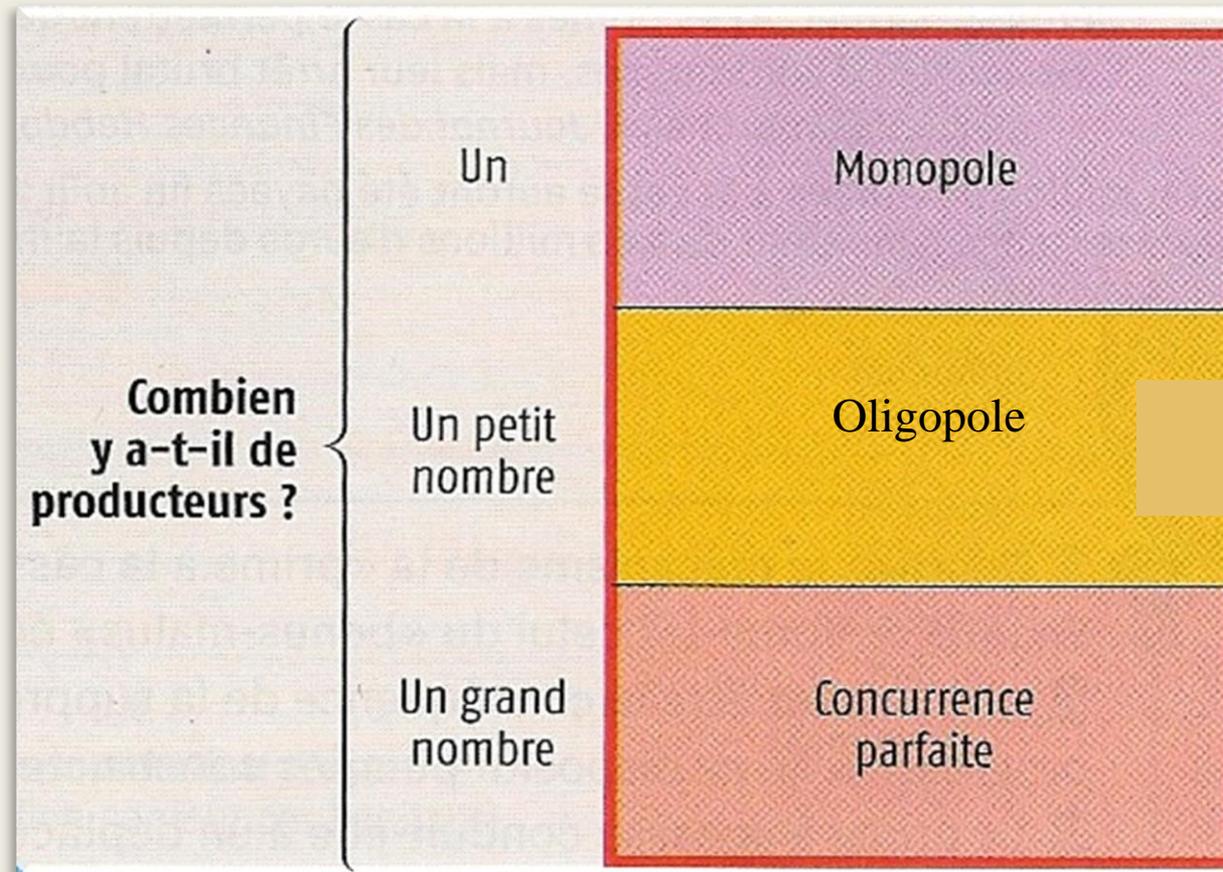
I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

A - La pluralité des situations de marché

2 - ...conduit à une plusieurs types de marché

- En réalité les entreprises cherchent à devenir « Price maker » en augmentant leur taille (opp. critère d'atomicité) ou en imposant des barrières à l'entrée (opp. critère de libre entrée/sortie).
- Cela conduit à la formation de **plusieurs types de marché**:
 - ❖ 1 seul producteur : le *monopole*
 - ❖ Plusieurs producteurs : l'*oligopole*
 - ❖ Un grand nombre de producteurs : la concurrence parfaite, ou marché atomistique ou concurrentiel.

Les différentes situations de marché



I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

B - Des marchés imparfaits : monopole et oligopole

1 - Le monopole

a) Les barrières à l'entrée conduisent à des situations de monopole

Doc 2: Les principales barrières à l'entrée empêchant l'accès au marché

Différents types de barrières à l'entrée

Loi qui donne un monopole à une entreprise ou limite le nombre d'offreurs

Innovation, avec ou sans droit de propriété intellectuelle (brevet, licence)

Coûts fixes importants du fait de l'existence d'une infrastructure de réseau indispensable à la production

Propriétaire unique d'une ressource rare

Différents types de monopoles

Monopole institutionnel

Monopole d'innovation

Monopole naturel

Monopole de ressource

NE PAS CONFONDRE

Entente et barrières à l'entrée
Alors que les **barrières à l'entrée** sont des obstacles qui vont rendre difficile, voire impossible l'arrivée de nouveaux offreurs et demandeurs sur le marché, les **ententes** sont des accords entre des offreurs déjà présents sur le marché pour limiter la concurrence qui s'exerce entre eux (par exemple, en se mettant d'accord pour pratiquer des prix plus élevés).

1 Associez les situations suivantes aux différents types de barrières à l'entrée :

- a) Les aspirateurs Dyson sont plus chers mais intègrent des innovations brevetées.
- b) En France, la création d'une pharmacie est soumise à la délivrance d'une autorisation par l'État.
- c) Un nouveau médicament est protégé par un brevet pendant une durée de 20 ans.
- d) L'entreprise sud-africaine De Beers contrôle la quasi-totalité des sources d'approvisionnement en diamants.

2 Associez les exemples suivants aux différents types de monopoles (attention, plusieurs possibilités parfois) :

- e) Le laboratoire Roche est le seul à produire le médicament « Avastin » contre le cancer du côlon.
- f) La Française des jeux (FDJ) sur le marché des jeux à gratter.
- g) Gaz Réseau Distribution France (GRDF) achemine du gaz naturel à près de 10 000 communes.
- h) Le célèbre vin « Romanée Conti », exclusivement créé à partir de raisins issus du domaine de la Romanée Conti.

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

B - Des marchés imparfaits : monopole et oligopole

1 - Le monopole

a) Les barrières à l'entrée conduisent à des situations de monopole

Doc 2: Les principales barrières à l'entrée empêchant l'accès au marché

- Le monopole provient de barrière à l'entrée qui empêche d'autres producteurs d'entrer sur le marché.
- Il existe plusieurs formes de monopole liées à différentes barrières à l'entrée :
 - ❖ Le monopole institutionnel créé par la loi. Ex : la vente de médicaments en pharmacies, les jeux à gratter
 - ❖ Le monopole naturel cad un marché où les coûts fixes sont très élevés. Ex : SNCF, ERDF, ENEDIS, RFF
 - ❖ Le monopole d'innovation ou l'entreprise crée un nouveau produit afin de disposer d'un monopole légal d'innovation en déposant un brevet public. Ex : Dyson, médicaments sous brevet
 - ❖ Monopole de ressources ou l'entreprise est la seule à exploiter une ressource naturelle rare. Ex : De Beers, Romanée Conti

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

B - Des marchés imparfaits : monopole et oligopole

1 - Le monopole

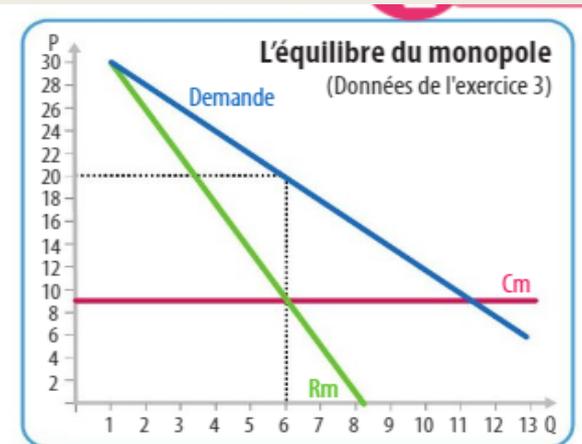
b) L'équilibre du monopole est sous optimal

Doc 2 : Le monopole est sous optimal

Une entreprise est en monopole si elle est seule sur son marché. Dans ce cas [...], le prix n'est plus une donnée, comme c'était le cas en concurrence parfaite : la hausse des ventes nécessite une baisse du prix, nuisible au bénéfice. [...]

L'entreprise produit moins qu'en situation de concurrence parfaite afin de maintenir des prix plus élevés, qui permettent de maximiser le bénéfice. Ce bénéfice supplémentaire est une rente de monopole. [...] Le monopole augmente sa production tant que sa recette marginale est supérieure au coût marginal. On remarque que le prix est plus élevé et la quantité vendue moins élevée qu'en situation de concurrence, ce qui signale l'infériorité du monopole selon les économistes néoclassiques.

Arnaud PARIENTY, *Précis d'économie*, La Découverte, 2017.



- 1 Expliquez la phrase soulignée, et montrez comment elle est représentée sur le graphique.
- 2 Quelle est la quantité que produira le monopole ? À quel prix sera-t-elle vendue ?
- 3 Si l'entreprise était en concurrence parfaite, avec un grand nombre de concurrents, que feraient les entreprises si le prix était à ce niveau ? À quel niveau se fixeraient la quantité totale produite et le prix ?
- 4 Pourquoi le monopole est-il considéré comme moins efficace que cette situation de concurrence ?

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

B - Des marchés imparfaits : monopole et oligopole

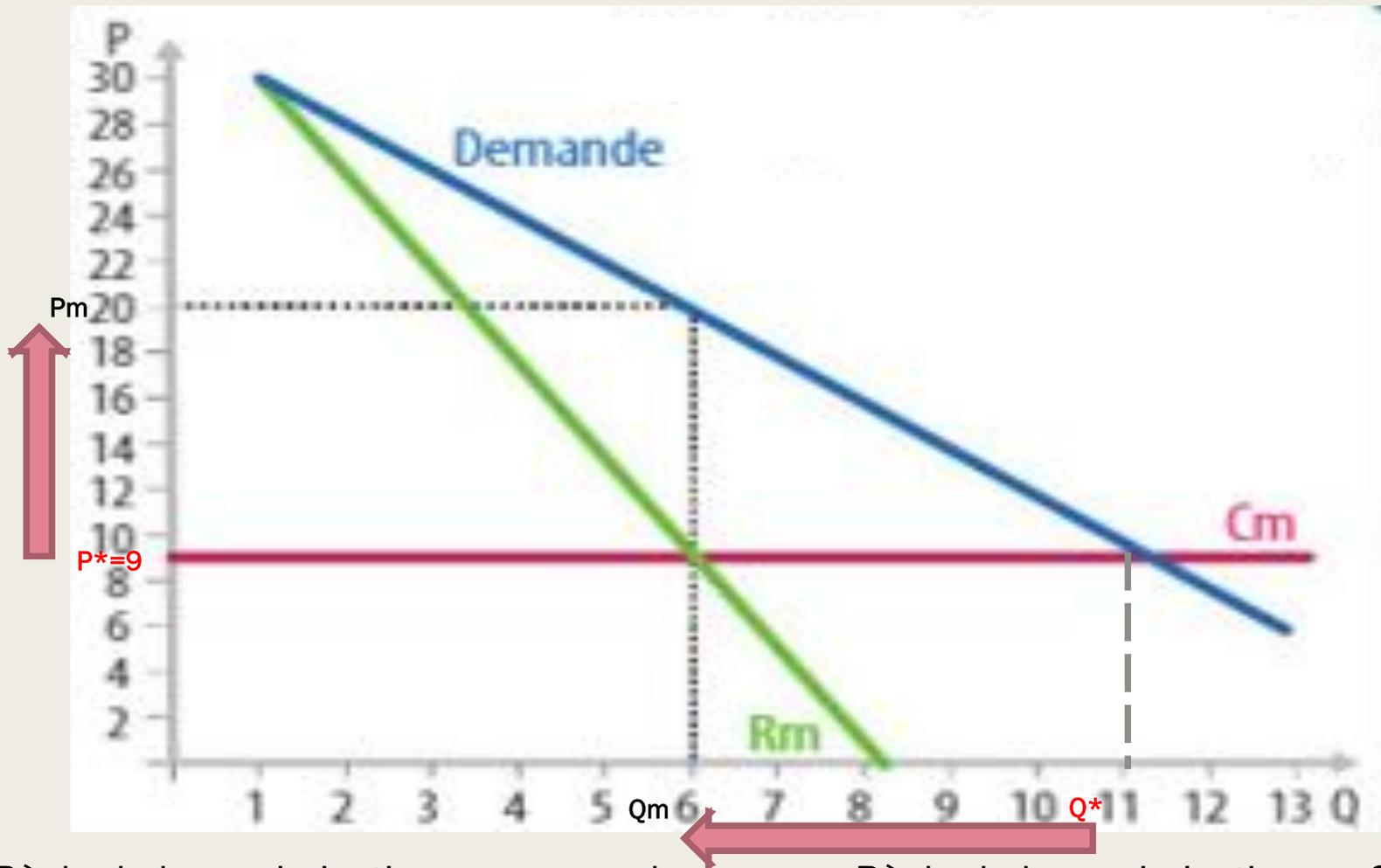
1 - Le monopole

b) L'équilibre du monopole est sous optimal

Doc 2 : Le monopole est sous optimal

- Le monopole est Price maker, il peut augmenter son prix afin d'accroître ses profits car la demande est captive.
- Toutefois il doit tenir compte de la loi de la demande : plus le prix proposé sera élevé plus la demande sera faible entraînant des quantités produites moindres... et si les prix fixés sont trop élevés, des profits moindres. Ainsi le monopoleur cherche des prix plus élevés...mais pas trop.
- Finalement l'équilibre du **monopole est une situation de marché sous optimale** car elle conduit à des prix plus élevés et des quantités moindres qu'en CPP entraînant :
 - ❖ Une perte de surplus total,
 - ❖ La captation par le monopoleur d'une partie du surplus du consommateur, c'est la rente de monopole.
- C'est pour cela que, sauf exceptions (ci-dessus), le monopole est interdit par la loi.

L'équilibre du monopole est sous optimal

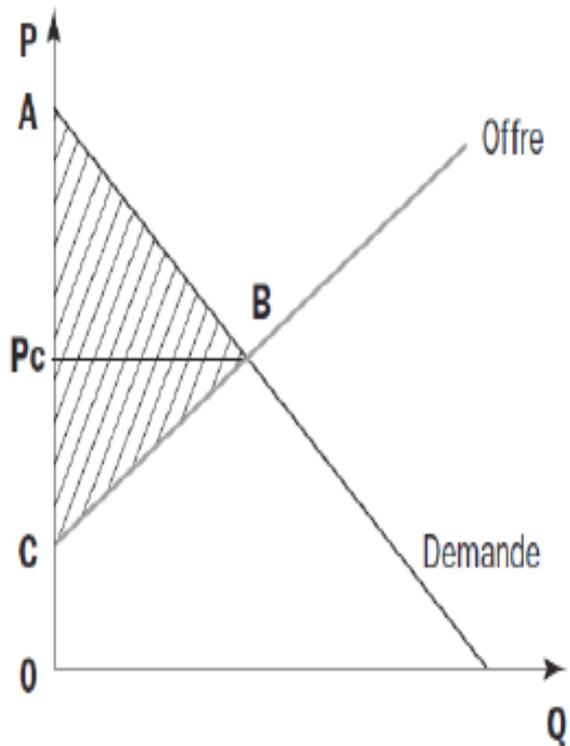


Règle de la maximisation en monopole:
 Q_m tel que: $R_m = C_m$
Le prix P_m doit tenir compte de la demande

Règle de la maximisation en CPP:
 Q^* tel que $C_m = \text{Demande} = P^*$

L'équilibre du monopole est sous optimal

En concurrence pure et parfaite

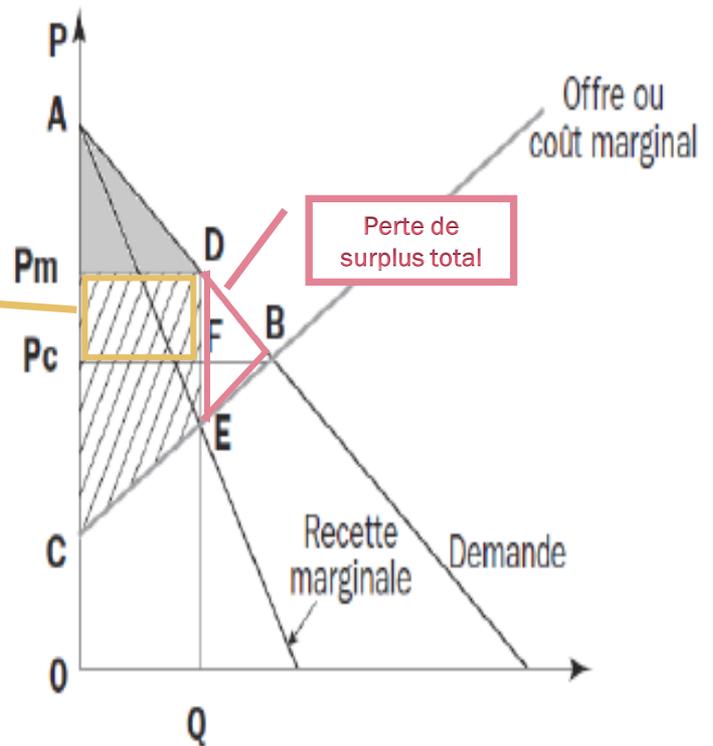


Surplus du consommateur capté par le monopole

P_c : prix en CPP

P_m : prix en monopole

En situation de monopole



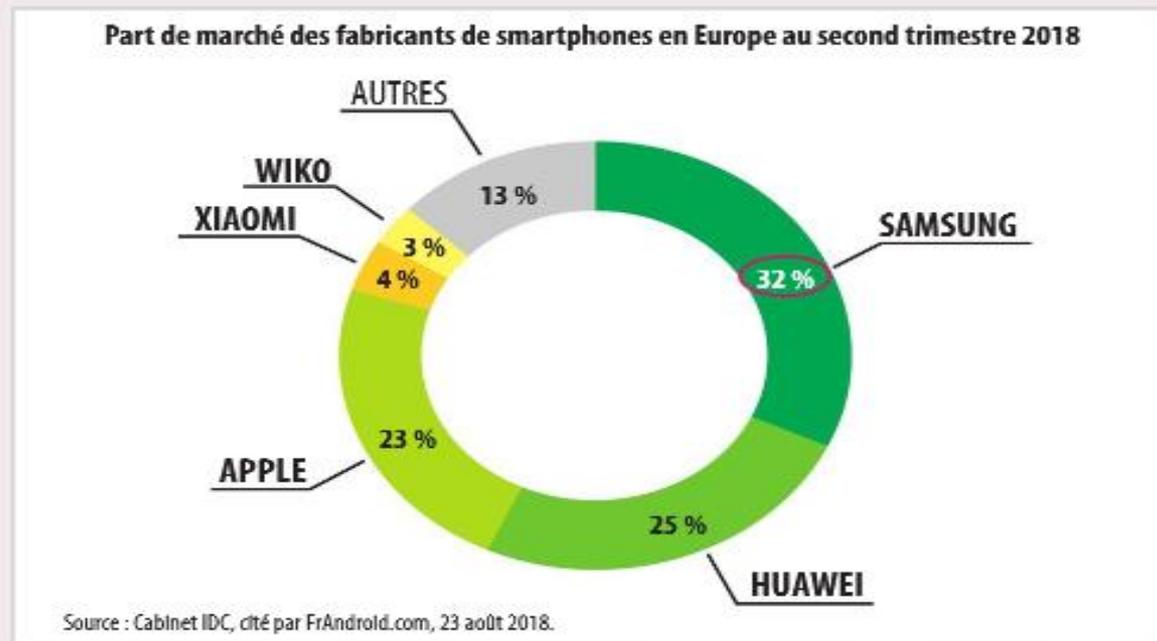
Perte de surplus total

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

B - Des marchés imparfaits : monopole et oligopole

2 - L'oligopole

Doc 3 : Le marché des smartphones, un exemple d'oligopole



DÉFINITION

Oligopole

Structure de marché où il n'y a qu'un petit nombre d'offres.

- 1 Rédigez une phrase présentant la signification précise de la donnée entourée.
- 2 Pourquoi la concurrence peut-elle être qualifiée ici d'imparfaite ?

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

B - Des marchés imparfaits : monopole et oligopole

2 - L'oligopole

Doc 3 : Le marché des smartphones, un exemple d'oligopole

- Pour devenir « Price maker » les entreprises cherchent à augmenter leur taille (concentration). Cela aboutit historiquement à la formation d'oligopoles.
- Les entreprises en situation d'oligopole ont un comportement stratégique sur leur marché car qu'elles intègrent dans leur décision le comportement des autres producteurs. Elles peuvent :
 - ❖ se faire concurrence, mais cela peut déboucher sur une « guerre des prix » et réduire fortement les profits. (cas qui rapproche l'oligopole du marché de concurrence).
 - ❖ S'entendre sur les prix pour éviter la baisse des profits en formant des ententes (ou trust ou cartel) au détriment des consommateurs qui paieront plus cher et obtiendront des quantités globales produites moindres. (Cas qui rapproche l'oligopole du marché de monopole).

Attention: Les ententes sont interdites par la loi car elles faussent la concurrence

Exercice 2: Oligopole et dilemme du prisonnier

Exercice 1 : Oligopole et dilemme du prisonnier

Prenons l'exemple des abonnements de téléphones portables et imaginons, pour simplifier, que seuls SFR et Bouygues soient présents sur le marché. Chacun d'eux peut décider soit de baisser, soit de maintenir ses prix. Si les deux maintiennent des prix élevés ils empochent chacun 3 milliards supplémentaires. Si un seul baisse les prix, il s'approprie tous les clients de l'autre et empoche le pactole (5 milliards). Enfin si les deux baissent leurs prix, ils se livrent une guerre des prix dommageable pour eux deux, et gagnent chacun seulement 1 milliard. Les entreprises ne communiquent pas entre elles.

		BOUYGUES	
		Maintient les prix	Baisse les prix
SFR	Maintient les prix	Bouygues : +3 Md € SFR : +3 Md €	Bouygues : SFR :
	Baisse les prix	Bouygues : SFR :	Bouygues : +1 Md € SFR : +1 Md €

D'après David Louapre, « Le dilemme du prisonnier », Science Étonnante (blog), 13 octobre 2010.

Dilemme du prisonnier et théorie des jeux

La théorie des jeux étudie des situations où des agents prennent des décisions, chacun étant conscient que le résultat de son propre choix dépend de celui des autres. Développée au départ par des mathématiciens, elle trouve diverses applications, en économie mais aussi en sociologie, en sciences politiques ou encore dans l'étude des relations internationales.

Le dilemme du prisonnier est une situation dans laquelle chaque agent a un intérêt individuel à choisir une solution qui s'avère contraire à l'intérêt collectif lorsque tous les agents la choisissent.

- 1 Complétez dans le tableau ci-dessus les gains possibles pour SFR ou Bouygues selon les cas : 0 ; 0 ; + 5 Md € ; + 5 Md €.
- 2 Intéressons-nous au point de vue de SFR. Si Bouygues maintient ses prix, qu'a intérêt à faire SFR ? Pourquoi ? Si Bouygues baisse ses prix, qu'a intérêt à faire SFR ? Pourquoi ? Finalement, que va donc faire SFR ?
- 3 Intéressons-nous maintenant au point de vue de Bouygues. Si SFR maintient ses prix, qu'a intérêt à faire Bouygues ? Pourquoi ? Si SFR baisse ses prix, qu'a intérêt à faire Bouygues ? Pourquoi ? Finalement, que va donc faire Bouygues ?
- 4 À partir de ce qui a été déduit aux questions 2 et 3, peut-on dire que la façon dont les deux entreprises vont agir est la plus satisfaisante pour elles ? Pourquoi ?
- 5 Comment auraient-elles pu faire un choix plus satisfaisant ?

I – LE FONCTIONNEMENT DES MARCHES IMPARFAITS

B - Des marchés imparfaits : monopole et oligopole

3 - La politique de la concurrence

Vidéo : Des exemples de cartels

- Pour éviter que l'oligopole ne capte une partie du surplus du consommateur en pratiquant des prix plus élevés, les autorités publiques surveillent et sanctionnent les entorses à la concurrence libre et non faussée.
- En France c'est l'autorité de la concurrence, en Europe, c'est la commission européenne, commissariat à la concurrence.
- Il existe 3 grands types d'action qui peuvent déboucher sur des amendes record :
 - ❖ Lutter contre les *ententes* dans les oligopoles. Ex : le cartel des yaourts
 - ❖ Lutter contre les *abus de position dominante* lorsqu'une entreprise acquière une part trop importante du marché et restreint la concurrence.... Ex : [Vidéo : Nespresso](#)
 - ❖ ...Et donc surveiller les *fusions/acquisitions* cad quand une entreprise rachète une autre. Ex : fusion Siemens/Alstom dans le transport ferroviaire rejeté par la commission européenne en 2019.

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

Présentation : Qu'est-ce qu'une défaillance du marché ?

- On parle de défaillance du marché quand le marché n'est pas efficace à produire
- Il existe 3 cas :
 - ❖ les imperfections du marché risquent d'entraîner la disparition du marché lui-même,
 - ❖ les AE ne maîtrisent pas certains effets positifs ou négatifs de leurs actions
 - ❖ les producteurs sont incapables de produire certains services collectifs pourtant utile à la satisfaction des besoins humains

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

A – Asymétries d'informations et externalités

1 - Les asymétries de l'information

a) Qu'est-ce qu'une asymétrie de l'information ?

- Dans le système économique réel l'information coûte chère et demande du temps, voire n'est pas disponible pour tous les acteurs du marché producteurs ou consommateurs. Les AE se contentent donc d'une information imparfaite, qui rend le marché plus ou moins opaque (opp : transparence du marché).
- Conséquence, il existe des effets d'asymétrie de l'information qui peuvent parfois conduire à la disparition du marché. Elle constitue alors une défaillance du marché.
- Une asymétrie de l'information est une information inégale entre offreur et demandeur sur les propriétés du produit échangé ou sur le comportement des autres.

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

A – Asymétries d'informations et externalités

1 - Les asymétries de l'information

b) Deux types d'asymétries

Doc 4 : Le marché des véhicules d'occasion face au risque de sélection adverse

Lors de la réalisation d'une transaction, [...] le risque de sélectionner les mauvais produits ou partenaires du fait d'une asymétrie d'information est appelé risque d'anti-sélection (ou sélection adverse). [...]

Un exemple célèbre a été donné par G. Akerlof (1970) qui a étudié le marché de la voiture d'occasion appelé « *lemons*¹ » en argot. Les acheteurs ne pouvant évaluer parfaitement les voitures proposées à la vente, ils refusent de payer un prix trop élevé pour une voiture d'occasion. Les détenteurs de voitures en bon état vont de ce fait se retirer du marché, préférant vendre leur voiture par d'autres réseaux [...]. Seules les voitures les moins fiables restent sur le marché. Constatant les déconvenues de certains acheteurs, les autres risquent de perdre confiance dans le marché et renoncer à acheter une voiture d'occasion, contribuant peu à peu à la disparition du marché. [...]

L'existence d'asymétrie d'information nuit ainsi à l'efficacité du marché et la puissance publique doit intervenir pour en améliorer le fonctionnement. [...] La création de labels ou de dispositifs de certification est un exemple de ce type d'intervention.

Emmanuel BUISSON-FENET et Marion NAVARRO, *La microéconomie en pratique*, © Armand Colin, 2012, Paris.

1. *Lemons* désigne des « tacots », des voitures de mauvaise qualité.



DÉFINITION

Sélection adverse

Situation d'asymétrie d'information lorsque, sur un marché, les acheteurs ne disposent pas de toute l'information sur la qualité des biens qu'ils désirent acquérir, contrairement aux vendeurs.

- 1 Pourquoi parle-t-on d'asymétrie d'information sur le marché des véhicules d'occasion ?
- 2 Pourquoi ceux qui vendent des voitures d'occasion de bonne qualité n'arrivent-ils pas à les vendre plus cher ?
- 3 Quelles sont les conséquences sur ce marché ?

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

A – Asymétries d'informations et externalités

1 - Les asymétries de l'information

b) Deux types d'asymétries

Doc 5 : Les assurances et le risque d'aléa moral

L'« aléa moral » est une autre facette du problème de l'information. Le concept est simple : si vous dédommangez les gens quand il leur arrive de mauvaises choses, ils risquent de devenir négligents. [...] Si ma voiture est assurée contre le vol, je peux me garer partout où je trouve une place, même dans une rue déserte qui n'a pas l'air tout à fait sûre. [...]

S'il est impossible pour les compagnies d'assurances (ou pour quiconque) d'éviter entièrement l'aléa moral, elles peuvent prendre des mesures pour le réduire. Par exemple, elles ne proposent pas d'assurance contre le risque de licenciement ou de grossesse, et c'est dommage, car ce serait formidable. La raison est facile à deviner : on peut facilement faire en sorte d'être viré ou de tomber enceinte. Il y a beaucoup de gens qui aimeraient quitter leur emploi

et bien d'autres qui aimeraient avoir des enfants, et ces gens-là seraient particulièrement désireux de souscrire une assurance qui leur verserait une coquette somme pour mettre leur projet à exécution. Par conséquent, l'aléa moral détruit le marché pour l'assurance emploi. [...]

Les gouvernements et les assureurs tentent de se protéger contre l'aléa moral. L'un des moyens les plus courants consiste à modifier la police d'assurance pour fournir une couverture incomplète, sous la forme d'une franchise. Si la franchise est de 200 euros sur l'assurance de ma voiture, la peur de perdre cette somme ne me persuadera sans doute pas de prendre des précautions exagérées, mais elle devrait suffire à ce que je n'oublie pas de fermer les portières à clef.

Tim HARRFORD, *L'économie est un jeu d'enfant*, PUF, 2016.

- 1 Pourquoi est-on, dans cet exemple, en présence d'une asymétrie d'information ? D'un aléa moral ?
- 2 Comment les compagnies d'assurances se protègent-elles contre l'aléa moral ?
- 3 Pourquoi n'y a-t-il pas d'assurances privées contre le risque de licenciement ou de grossesse ?

DÉFINITION

Aléa moral

Situation dans laquelle, après la signature d'un contrat, une des parties modifie son comportement au détriment de l'autre.

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

A – Asymétries d'informations et externalités

1 - Les asymétries de l'information

b) Deux types d'asymétries

- On distingue deux types 2 situations liées aux effets d'asymétrie :
- ❖ la sélection adverse: les agents économiques prennent des décisions aboutissant au résultat inverse de celui qui était souhaité.

Raison : les acheteurs ne disposent pas de toute l'information sur la qualité des produits qu'ils désirent acheter (ex : marché de la voiture d'occasion) ou les vendeurs sur l'état/les intentions de leurs clients (ex : marché de l'assurance) avant la signature du contrat.

- ❖ l'aléa moral : l'AE (acheteur ou vendeur) échappe aux conséquences de son mauvais comportement.

Raison : l'une des parties contractantes modifie son comportement au détriment de l'autre après signature d'un contrat (ex : marché de l'assurance).

Exercice 2: Distinguez Aléa moral et sélection adverse

Exercice 2 : Distinguez Aléa moral et sélection adverse

Les situations d'asymétrie d'information se retrouvent dans de nombreux marchés. Les situations suivantes provoquent-elles de la sélection adverse ou de l'aléa moral ? Cochez la ou les bonnes réponses.

Situation d'asymétrie d'information	Aléa moral	Sélection adverse
Lorsque les soins sont gratuits ou quasi gratuits, les patients sont incités à surconsommer des médicaments.		
Les locataires potentiels mentent sur leurs fiches de paye afin d'accéder à un logement de qualité.		
Les employeurs proposent des salaires élevés pour attirer ou fidéliser les meilleurs salariés.		
Un agriculteur est indemnisé par l'Union européenne si sa récolte est faible.		
Plus une personne sait qu'elle a des risques d'être malade, plus elle est incitée à contracter une mutuelle.		
Un individu peut ne pas être très productif dans son entreprise puisqu'il sait qu'il pourra bénéficier d'une allocation chômage jusqu'à vingt-quatre mois après son licenciement.		

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

A – Asymétries d'informations et externalités

1 - Les asymétries de l'information

c) Corriger les asymétries de l'information

- Pour corriger les asymétries, il existe plusieurs types de mesures privées ou publiques :
- ❖ Les assureurs appliquent des franchises (aléa moral) ou sélectionnent leur clients (sélection adverse), les clients notent les prestations des entreprises de service (aléa moral) ...

Attention : la sélection des clients peut conduire à des inégalités importantes qui justifient l'intervention des pouvoirs publics pour produire un service universel.

Ex : couverture santé publique comme la sécurité sociale française (**voir chapitre 4**).

- ❖ Pour certifier la qualité des produits ou des services, les pouvoirs publics obligent le contrôle technique des véhicules d'occasion, garantissent des labels (sélection adverse).

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

A – Asymétries d'informations et externalités

2 - Les effets externes ou externalités

Doc 6: L'agriculture intensive

Doc 7: Subvention et taxes pour lutter contre la pollution automobile

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

A – Asymétries d'informations et externalités

2 - Les effets externes ou externalités

Doc 6: L'agriculture intensive



- 1 Que fait cet agriculteur ?
- 2 Pourquoi les agriculteurs utilisent-ils des pesticides ?
- 3 Qui en subit les conséquences ?

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

A – Asymétries d'informations et externalités

2 - Les effets externes ou externalités

Doc 6: L'agriculture intensive

- Une externalité est un effet induit par l'activité d'un agent AE sur autrui, sans compensation monétaire (gratuit), qui procure un avantage (ext. Positive) ou un dommage (ext. Négative). Comme ils sont gratuits, ils ne sont pas pris en compte par le marché qui est donc défaillant dans ce cas.
- Pour corriger ces externalités l'Etat intervient en internalisant les effets externes :
 - ❖ en subventionnant les activités qui produisent des effets positifs (avantage social > avantage privée)

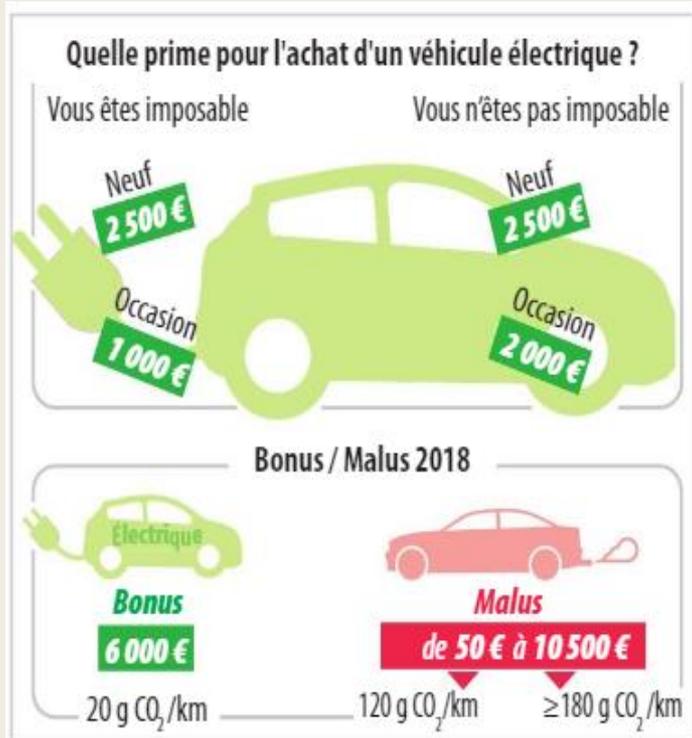
Ex : la recherche fondamentale publique, l'apiculture

- ❖ en taxant les activités qui produisent des effets externes négatifs (cout social > cout privée)

Ex : la taxe éco emballage, la taxe pollueur/payeur automobile

Exercice 3: Subvention et taxes pour lutter contre la pollution automobile

Exercice 3 : Subvention et taxes pour lutter contre la pollution automobile



D'après Aramisauto.com.

- 1 Quels sont les objectifs d'une prime à la conversion et du malus automobile ?
- 2 Qu'est-ce qui distingue ces mesures d'une réglementation comme celle sur les émissions de CO₂ ?

Pour répondre aux objectifs du « Plan climat » et accélérer le renouvellement du parc automobile ancien et polluant, l'État a mis en place depuis le 1^{er} janvier 2018 :

- un dispositif pour aider les Français à financer l'achat d'un véhicule neuf ou d'occasion en échange de la mise au rebut de leur ancien véhicule : c'est la prime à la conversion.
- une taxe, payée lors de l'achat d'un véhicule neuf. Plus le véhicule est polluant plus la taxe est élevée : c'est le malus écologique.

REPÈRE

Réglementation européenne des émissions de polluants par les véhicules à moteur

Depuis l'introduction de la première norme européenne sur les émissions des véhicules (voiture, moto, camion) en 1992, la législation européenne est rendue plus sévère tous les 5 ans environ. Les **normes d'émissions « Euro »** se succèdent donc. La prochaine est la vague 6 qui entrera en vigueur en 2020. Les émissions nocives concernent l'oxyde d'azote, le monoxyde de carbone et les particules, exprimées en mg, rejetées par km parcouru.

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

B - La production de biens collectifs, publics et communs

1 - Un classement des différents types de biens

- Il existe plusieurs types de biens classés selon 2 critères :
- ❖ La rivalité : L'usage d'un B&S par un individu empêche (ou pas) un autre individu de l'utiliser en même temps.
 - Si le bien est non rival, il y a possibilité d'un usage collectif du B&S.
- ❖ L'exclusion : l'utilisation d'un bien nécessite (ou pas) de l'avoir payé
 - Si le bien est non excluable, il est gratuit car il y a possibilité de comportement de « passager clandestin ».

Exercice 4: des biens privés aux biens collectifs

Exercice 4 : des biens privés aux biens collectifs

- 1 Associez les exemples suivants aux différents types de biens définis dans le tableau :
- Une tablette de chocolat • Un poisson de rivière • L'air • La police • L'éclairage public • Un téléphone portable • Le cinéma • Des champignons dans la forêt • Une idée non protégée par un brevet.

		EXCLUABILITÉ (accès restreint)	
		OUI	NON
		Si l'agent ne paie pas le bien, il ne peut pas l'utiliser.	Si l'agent ne paie pas le bien, il peut quand même l'utiliser.
RIVALITÉ	OUI	L'utilisation par un agent empêche un autre de l'utiliser.	Biens privés
	NON	L'utilisation par un agent n'empêche pas un autre de l'utiliser.	Biens de club
			Biens communs
			Biens collectifs

- 2 Pour tous les biens évoqués dans le tableau, lesquels vous semblent faire l'objet d'une nécessaire intervention de l'État ? Pourquoi ?

NE PAS CONFONDRE

Biens communs et biens collectifs

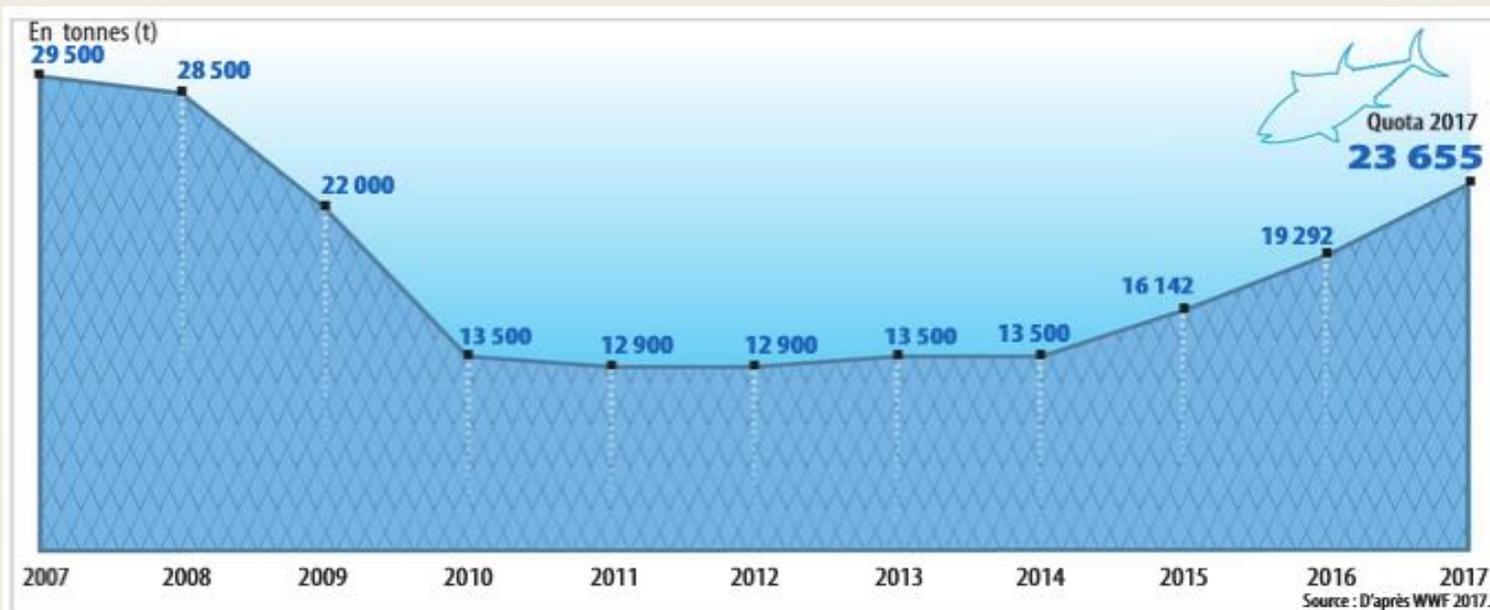
Un **bien commun** et un **bien collectif** sont tous les deux non excluables, c'est-à-dire qu'on ne peut exclure personne de leur usage. En revanche un bien commun, contrairement à un bien collectif, est rival, c'est-à-dire que les quantités utilisées par un agent ne peuvent pas être utilisées par un autre. Exemple de bien commun : si la pêche en mer est accessible à tous les bateaux (non exclusive), les poissons pêchés par un bateau ne peuvent l'être par les autres bateaux (rivalité).

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

B - La production de biens collectifs, publics et communs

2 - Les biens collectifs et communs

Doc 8 : Evolution des quotas de pêche du thon rouge en Europe



- 1 Qu'est-ce qu'un quota de pêche ?
- 2 Repérez les périodes d'évolution du quota de pêche du thon rouge entre 2007 et 2017.
- 3 Montrez que l'instauration de quotas peut permettre de faire face à la défaillance du marché en présence de biens communs.

II - LES PRINCIPALES DEFAILLANCES DU MARCHE

B - La production de biens collectifs, publics et communs

2 - Les biens collectifs et communs

Doc 8 : Evolution des quotas de pêche du thon rouge en Europe

- Les biens collectifs sont gratuits car ils sont non rivaux et non excluables. C'est donc à l'Etat de les produire, ils correspondent donc le plus souvent à des biens publics. Ex : l'éclairage public
- Les biens communs sont constitués d'un stock de ressources naturelles gratuites dont on ne peut exclure l'usage par les AE. Il existe donc une possibilité de surexploitation de ces biens qui peut conduire à leur épuisement (malédiction des biens communs). C'est donc à l'Etat de taxer ou réglementer leur exploitation. Ex: les quotas pour limiter la surpêche.

Attention : L'excluabilité est relative et dépend du contexte technologique :

- ❖ Un péage sur l'autoroute permet son exploitation privée (Bien de club)
- ❖ La musique numérisée est téléchargeable. Elle est devenue non rivale et non excluable ce qui lui donne un caractère de bien collectif.

C'EST FINI!!!

