

SYNTHESE

Quelles sont les principales défaillances de marché?

Dans la réalité les marchés peuvent être défaillants dans le domaine de l'allocation des ressources en présence de biens collectifs ou d'externalités. Les situations d'asymétries d'information perturbent le fonctionnement des marchés.

. Dans le cas de certains biens, on constate que les marchés sont défaillants (biens publics et externalités). L'hypothèse de l'information imparfaite est une avancée importante de la science économique. Ce qui montre les limites du modèle de marché avec les hypothèses de concurrence pure et parfaite.

Une externalité désigne une situation dans laquelle un agent économique entreprend une action qui affecte directement (de manière négative ou positive) d'autres agents économiques mais sans compensation monétaire.

La croissance économique peut en effet être source d'externalités positives ou négatives, n'intervenant pas dans le calcul du PIB (pollution etc...). Par exemple, quand ceux qui résident à proximité d'un aéroport subissent une pollution sonore insupportable, il y a effet externe (externalité) négatif. A contrario, les entreprises des pays développés bénéficient d'infrastructures de communication efficaces (routes, téléphone. . .) qui créent des externalités positives .

De même, certains biens ont des caractéristiques qui engendrent des externalités positives, c'est le cas des biens collectifs (ou biens publics). (Bien collectif : Bien qui, dès qu'il existe, bénéficie à un ensemble de personnes et pas seulement à celles qui l'ont éventuellement payé (ce que l'on appelle la non exclusivité), et dont l'usage par une personne ne prive pas pour autant les autres, contrairement aux biens marchands habituels (rivalité) si bien qu'aucune de ces personnes n'est prête à en payer seule le coût).

. Le marché ne peut pas prendre en charge ces biens puisqu'il est impossible de faire payer celui qui profite de l'utilisation du bien. Les agents se comportent alors rationnellement en « passagers clandestins » qui bénéficient du bien sans en supporter le coût. Du fait de ces caractéristiques, le financement d'un bien collectif ne peut être assuré par un prix, mais par un prélèvement obligatoire sur tous les usagers actuels ou potentiels. Exemples de biens collectifs : Défense nationale, éclairage public.

.Les biens communs ont deux caractéristiques : la non-excluabilité (il est impossible d'exclure de l'utilisation du bien ceux qui ne paient pas) et la rivalité (la consommation par un agent économique en prive d'autres). Par exemple, les réserves halieutiques, l'exemple des nappes phréatiques, les prés communaux sont des biens communs.

Ainsi, l'externalité est négative quand les agents affectés voient diminuer leur bien-être, et elle est positive lorsque les agents affectés voient augmenter leur bien-être. Dans le cas des externalités négatives, notamment dans le cas de la pollution, le producteur ne tient pas compte des coûts externes, il ne prend en considération que son coût privé. Charles Pigou parle d'internaliser les externalités. C'est le principe du pollueur payeur.

Dans le cas des externalités, les pouvoirs publics peuvent intervenir via les taxes pour et les subventions. Il s'agit de taxer les activités qui sont à l'origine d'effets externes négatifs et de subventionner celles qui génèrent des effets externes positifs

De plus, une des conditions de la concurrence pure et parfaite est la transparence du marché, c'est-à-dire l'information complète, gratuite pour tous les agents économiques. Les néokeynésiens (courant d'inspiration Keynésien) mettent au contraire l'accent sur l'imperfection de l'information et traitent surtout du cas particulier de l'information asymétrique qui désigne la situation où un seul des deux agents se livrant à la transaction et un contrat dispose d'une information complète. Cette asymétrie d'information favorise le pouvoir de marché de certains acteurs. Il existe deux cas : l'anti-sélection (ou sélection adverse) et l'aléa moral (ou risque moral).

L' anti-sélection (sélection adverse) est une situation où un des agents ignore certaines caractéristiques de la transaction et risque d'être trompé (marché de la voiture d'occasion).

Dans le cas de la sélection adverse, ce sont les caractéristiques du produit échangé qui ne sont pas connues de façon symétrique avant la signature du contrat.

Dans le cas de l'aléa moral, l'asymétrie d'information porte sur l'action, le comportement d'un des deux partenaires à l'échange après la signature du contrat.

En cas de sélection adverse, l'asymétrie d'information conduit les agents économiques à sélectionner de « mauvais » produits car les « bons » produits ne sont plus échangés sur le marché. L'article fondateur sur le sujet a été écrit par George Akerlof en 1970. Il concerne le marché des voitures d'occasion. La qualité des voitures d'occasion est cachée ou mal connue, et cela aboutit à l'absence d'équilibre voire à la disparition du marché. Sur le marché des voitures d'occasion, le vendeur détient davantage d'informations sur la qualité de la voiture que l'acheteur. L'acheteur ne sait pas évaluer si la voiture d'occasion est de bonne qualité ou s'il s'agit d'un produit de mauvaise qualité (un « lemon » souvent traduit par « tacot »). Redoutant d'acheter un « tacot », les acheteurs ne sont pas prêts à payer le prix du marché ; ils n'achètent qu'à un prix qui permet de compenser le risque de tomber sur un tacot. À ce prix, les vendeurs de voitures de bonne qualité se retirent du marché. La qualité moyenne des voitures diminue donc et les acheteurs exigent de nouvelles baisses de prix... Un cercle vicieux se produit.

Le phénomène de sélection adverse peut se produire également sur d'autres marchés, notamment le marché des assurances (assurance maladie, assurance automobile) ou celui du crédit .

A cela s'ajoute le risque moral ou aléa moral : En effet, un des agents peut dissimuler son comportement qui ne sera révélé qu'après la signature du contrat (un conducteur ne dira pas à son assureur qu'il roule toujours vite à titre d'exemple). Contrairement à celui posé par l'anti-sélection, le problème lié au risque moral ne survient pas avant que l'offreur et le demandeur ne se soient mis d'accord mais après. Le contrat est bien passé entre les deux agents mais l'application du contrat va se révéler désastreuse pour l'un des deux, celui à qui l'autre aura réussi à cacher le comportement qui sera le sien. Supposons par exemple que l'acheteur d'une voiture d'occasion se rende chez un assureur pour souscrire une assurance tous risques. Le montant de la prime à payer a été calculé en se fondant sur le risque qu'encourt un conducteur moyen qui sait normalement conduire, ne commet pas d'imprudence délibérée, entretient correctement sa voiture. . . Or, rien ne dit que le futur assuré correspond bien à ce profit. Il ne va évidemment pas révéler spontanément que, par exemple, il ne connaît pas la différence entre un feu vert et un feu rouge, consomme systématiquement de l'alcool avant de prendre le volant et néglige de faire entretenir ses freins dont il ne voit pas vraiment l'utilité puisque ce sont les autres qui s'arrêtent en le voyant arriver. Si l'assureur a la malchance de n'avoir que des clients de ce type, le nombre de sinistres qu'il devra prendre en charge sera très supérieur à la moyenne et les primes payées par ses clients ne couvriront pas les dommages à réparer. La crainte de n'avoir que des "mauvais risques" à couvrir est susceptible de perturber le fonctionnement du marché de l'assurance.

L'aléa moral se retrouve dans de nombreuses activités et concerne particulièrement l'assurance (habitation, automobile, maladie...). Lorsqu'ils savent qu'ils sont assurés, les agents économiques ont tendance à prendre davantage de risques ou à surconsommer certains services. Ainsi, dans le cas de l'assurance maladie, les assurés peuvent surconsommer des soins car ils seront remboursés par l'assurance maladie (assurance obligatoire et assurance complémentaire).

Ils peuvent aussi effectuer moins d'actes de prévention (dépistages, bilans de santé) ou adopter davantage de comportements à risques : pour faire face à cette défaillance du marché, les pouvoirs publics peuvent contrôler les agents économiques et appliquer un système de sanctions. Ils peuvent également corriger ces défaillances en introduisant des incitations (par exemple, les assurés qui n'ont pas d'accidents ont des bonus). Ainsi, dans le cas de l'assurance maladie, les pouvoirs publics peuvent ne pas rembourser une somme fixe (franchise) ou un pourcentage (ticket modérateur) des soins. Dans le cas de l'assurance chômage, les pouvoirs publics peuvent introduire des allocations dégressives au cours du temps c'est à dire qu'elles baissent à mesure que la durée de chômage augmente.