


MEMO COURS EN IMAGES ET SCHEMAS

Quelles sont les principales défaillances de marché ?

A) DEFINITION

"Défaillance de marché : Situation dans laquelle le marché, livré à lui-même, ne parvient pas à allouer les ressources efficacement" (N. Gregory Mankiw, Principes d'économie, 1998)



♥ Les **défaillances de marché** sont des situations où le marché ne conduit pas à la meilleure situation possible pour l'ensemble de la collectivité.

- En théorie, le marché est un mode de coordination permettant d'atteindre la **meilleure situation possible** pour tous.
- Les marchés où la concurrence est pure et parfaite organiseraient une **allocation optimale des ressources** (surplus total maximisé).
- Donc, les pouvoirs publics devraient **laisser faire** les marchés et éviter d'intervenir dans l'économie.



C'est d'ailleurs l'intuition d'Adam SMITH avec sa métaphore de la **main invisible**.



En gros, soyez égoïste, la main invisible fera en sorte que cela profite à tous.

3. Les débats autour des réponses aux défaillances des marchés

→ Développement d'une conception théorique selon laquelle l'Etat est complémentaire au marché pour assurer l'efficacité

Existence d'un « **domaine réservé** » grâce auquel l'Etat peut dépasser les limites du marché et améliorer l'efficacité globale de l'économie

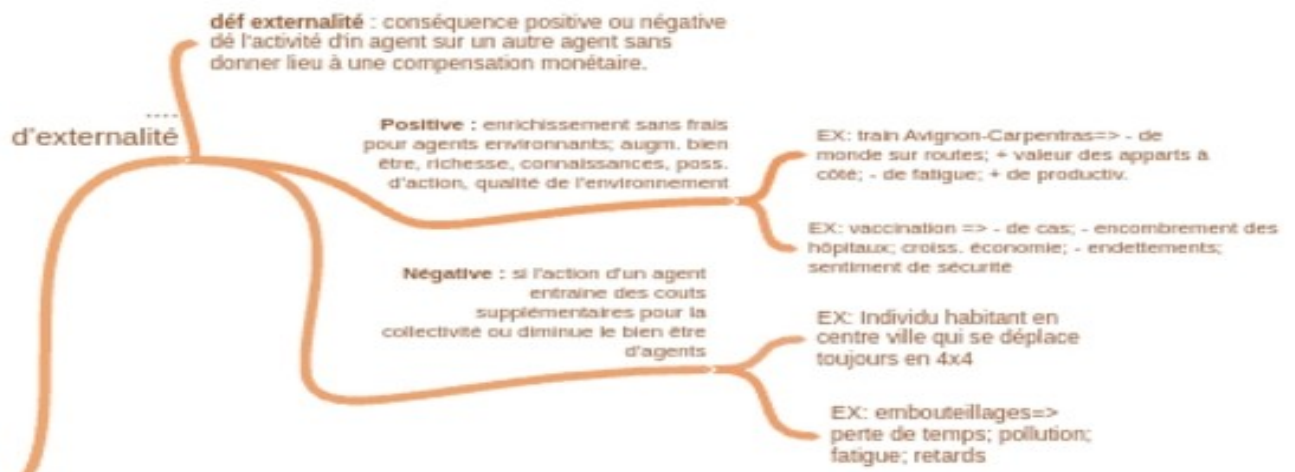
→ Légitimité de l'intervention publique : question devient alors celle des instruments à mettre en oeuvre

Les défaillances du marché

Lorsque l'individu cherche à satisfaire ses propres intérêts, son comportement et ses décisions sont-ils bénéfiques pour la société ?

Selon **Adam Smith**, c'est en cherchant à satisfaire égoïstement son propre intérêt que l'individu est le plus efficace pour créer des richesses économiques et qu'il contribue ainsi le plus à enrichir la société. En voulant satisfaire son intérêt personnel, guidé par une **main invisible**, il répond aussi à l'intérêt collectif.

Pourtant dans certains cas, lorsque les agents économiques cherchent à maximiser leur gain à l'échange, leurs choix et leurs actions ne conduisent pas à une situation satisfaisante pour la collectivité : on parle alors des **défaillances du marché**.



Cas des externalités

Il s'agit des conséquences négatives ou positives des activités sur le bien être collectif mais qui ne sont pas prises en compte par le marché.



Les externalités

On parle d'externalité lorsque l'activité d'un agent économique a un effet sur les autres sans contrepartie monétaire.

Si l'activité de l'agent économique procure un avantage gratuit à d'autres, il s'agit d'une **externalité positive** (effet externe positif).

L'apiculteur profite de l'activité de l'arboriculteur et inversement.

En se vaccinant l'individu protège aussi les autres.

L'Etat doit donc favoriser les comportements générant des effets externes positifs.

Si l'activité de l'agent économique conduit à une nuisance, à un désavantage pour les autres sans dédommagement, il s'agit d'une **externalité négative** (effet externe négatif).

L'activité d'une entreprise peut conduire à une pollution de l'air ou de l'eau.

La consommation de tabac a un coût pour la collectivité (prises en charges des maladies liées au tabac).

L'Etat doit donc limiter les comportements conduisant à des externalités négatives. Il faut que les agents économiques internalisent les externalités.

Les externalités sont une défaillance du marché, les pouvoirs publics doivent donc intervenir par des lois, des campagnes de communication, des incitations financières (taxes, primes).

Externalité positive

Augmentation du bien-être collectif, mais sans rémunération

Pas d'incitation à la poursuite de l'action

Externalité négative

Dégradation du bien-être collectif, sans en supporter le coût

Poursuite de l'action, la dégradation du bien-être se poursuit

L'allocation des ressources n'est pas optimale

1. Pourquoi le marché ne prend-il pas en compte les externalités ?

Externalité => Coût/avantage au niveau de la collectivité sans compensation monétaire

Niveau de production/ consommation sous optimal

Taxes et subventions (voir chapitre sur marché concurrentiel) :

Incitation à la modification du comportement par le système des prix

Taxe pigouvienne : internaliser les externalités

Exemple : taxe carbone appelée Contribution Energie Climat, intégrée dans la taxe intérieure de consommation des produits énergétiques (TICPE)

Montant de la taxe doit être égal à la différence entre le coût marginal social et le coût marginal privé

Taxe entraîne une hausse du prix et une réduction des quantités consommées

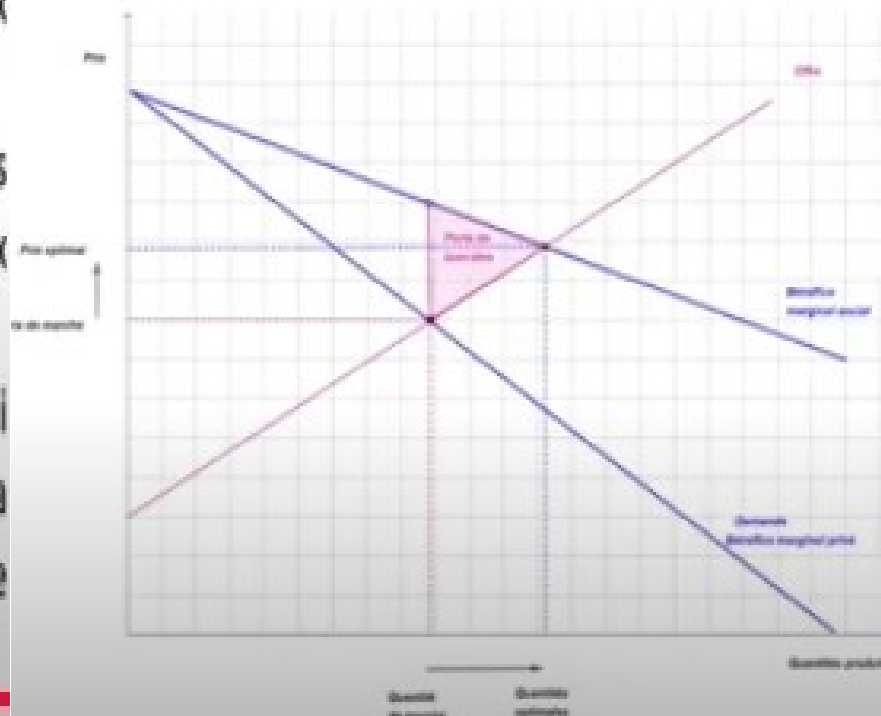
Recettes de la taxe peut permettre la dépollution

PROBLÈME

Il y a un écart entre prix de marché et le prix optimal (valeur sociale)

Le marché est défaillant car les quantités produites par le marché sont inférieures aux quantités optimales

Perte de bien être total (surface rosée) qui correspond à la surface en dessous de la nouvelle droite de demande et au dessus de l'offre pour les quantités non produites!



Le marché est défaillant en présence d'externalités

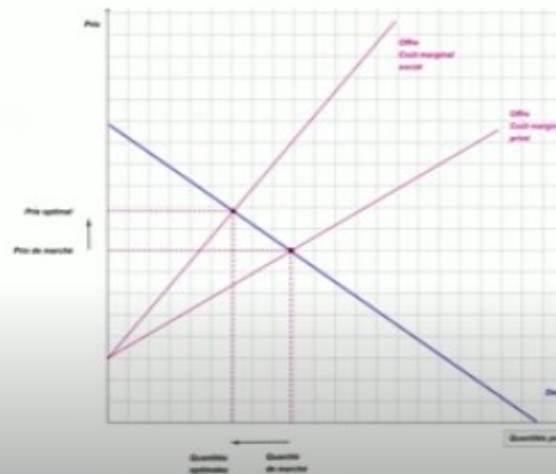
Modélisation graphique

Rappel : la courbe d'offre du marché est constituée par la partie de la courbe de coût marginal qui est supérieure au coût moyen (coût marginal privé)

La courbe d'offre qui prend en compte les externalités (coût marginal social) s'écarte vers le haut de la droite de Cmp au fur et à mesure que les quantités produites augmentent

Nouvel équilibre avec un prix plus élevé et des quantités échangées plus faibles

Le marché est défaillant car il conduit à produire des quantités supérieures à l'optimum social



Le marché est défaillant en présence d'externalités

L'éducation apporte un bénéfice privé (diplôme et place dans le monde du travail)

L'éducation apporte aussi un bénéfice collectif (décisions collectives citoyennes mieux éclairées, productivité)

Le bénéfice marginal privé est inférieur au bénéfice marginal social



2. Pourquoi le marché est-il défaillant en présence de biens collectifs et de biens communs ?

Biens collectifs :
non rivalité et
non excluabilité

Comportement
de passager
clandestin
Absence de
rentabilité pour
les entreprises
privées

Biens communs :
rivalité et non
excluabilité

« Tragédie
des communs » :
surexploitation
des ressources

Les biens communs

Exemples : Les ressources halieutiques

Ils sont **rivaux** et **non excluables**.

En l'absence de droits de propriété et librement accessibles, ces biens communs sont **surexploités**, ce qui ne permet pas à ces ressources de se renouveler.

Donc les pouvoirs publics doivent intervenir en fixant des **normes** et des **quotas** à respecter..

Passager Clandestin = Le paradoxe d'OLSON

« *Free rider problems* », « voyageur sans billet »

Bénéficiaire de certaines ressources que l'on ne paie pas

Épuisement des ressources



	EXCLUABILITÉ (accès au bien peut être rendu payant)	NON EXCLUABILITÉ (l'accès au bien ne peut pas être contrôlé par un prix)
RIVALITÉ (l'usage d'une unité de bien en prive les autres)	BIEN PRIVATIFS <i>Aliments, vêtements, coupe de cheveux, restaurant</i>	BIENS COMMUNS <i>Ressources halieutiques</i>
NON RIVALITÉ (l'usage d'une unité de bien n'en prive pas les autres)	BIENS DE CLUB <i>programme de télé crypté, salles de spectacle, connaissances protégées par propriété intellectuelle, autoroute à péage</i>	BIENS COLLECTIFS <i>défense nationale, phares maritimes, radios libres connaissances non brevetées</i>

L'asymétrie d'information



3. Pourquoi les marchés dysfonctionnent-ils en présence d'informations asymétriques ?

Information non transparente pour l'un des échangistes entraînant des situations de sélection adverse ou d'aléa moral)

Baisse des échanges, absence d'équilibre, risque de disparition du marché

4.1 Sélection adverse et aléa moral produisent des défaillances de marché

- Sélection adverse : les caractéristiques d'un bien est caché à certains agents
- Aléa moral : l'action d'un agent n'est pas observable par les autres agents

Comment réduire l'asymétrie d'information?

Intervention des pouvoirs publics

Sélection adverse = antisélection

Mise en place de diagnostics (électrique / performance énergétique / loi Carrez dans l'immobilier, contrôle technique pour les véhicules, etc.)

Mise en place de labels et d'appellations (AB, Fait maison, AOP, etc.)

Mise en place d'une réglementation (traçabilité des aliments, affichage nutritionnel type Nutri-Score, etc.)

Aléa moral

Dégressivité des allocations chômage pour éviter que certains ne « profitent » des aides versées

Mise en place d'un ticket modérateur pour éviter la surconsommation de soins médicaux



‣ Deux types d'asymétrie dans les modèles « Principal - Agent »

- Avant signature, : « type », caractéristique, inobservable par le principal
- Après, : comportement, décision, « effort » caché, inobservable par la principal.

ALEA MORAL

Aléa moral

On parle d'aléa moral lorsqu'un agent risque de modifier son comportement une fois le contrat signé.

Cela pose un problème pour le marché de l'assurance si les individus prennent plus de risques une fois assurés.

Il faut donc responsabiliser l'assuré par un système de franchises et de bonus/malus.

Exemple du marché de l'assurance



Un individu (l'assuré) vient de signer un contrat pour des soins médicaux auprès d'un assureur

L'assuré peut changer son comportement dès l'instant où il vient de signer son contrat avec l'assureur !

=

Incertitude sur le comportement de l'assuré



Il y a un risque de surconsommation des bénéfices de l'assurance

Risque de surconsommation du côté de l'offre (médecins qui surprescrivent des médicaments remboursés)

Asymétries d'information



... information imparfaite

sélection adverse: info cachée par un agent sur un produit => ex: les voitures d'occasion (on ne connaît pas l'état réel du produit)

Aléa/ hasard moral: action cachée par consommateur => ex: profiter de l'assurance d'une voiture et donc ne pas y faire attention

Ainsi: asymétrie d'info -> diminut^o des échanges => disparition du marché

George Akerlof & Lemon Market: l'acheteur va se diriger vers un prix bas pour compenser l'asymétrie d'info, mais les offreurs ne vont ainsi jamais mettre de bons véhicules car personne ne se dirige vers les prix élevés



Défaillance du marché car le « signal prix » est faussé

Sélection adverse = antisélection



Lorsque l'asymétrie d'information porte AVANT l'échange (= AVANT la signature du contrat) sur une CARACTERISTIQUE du produit (bien, service, travail)

Problèmes électriques
Problèmes de termites
Bruits dans le voisinage



Cette asymétrie d'information constitue une défaillance du marché



Le vendeur connaît les caractéristiques du logement qu'il vend

L'acheteur ne dispose que des informations que le vendeur veut bien lui communiquer !



Exemple du marché des voitures d'occasions (The market of lemons étudié par Georges Akerlof)



L'acheteur ne dispose que des informations que le vendeur veut bien lui communiquer !

Incertitude sur la qualité des véhicules

L'acheteur ne peut proposer ni un prix trop faible (refus du vendeur) ni un prix trop élevé (surpayer)

L'acheteur propose un prix « moyen »

A ce prix, les vendeurs de véhicules de qualité préfèrent ne pas vendre (ou vendre de gré à gré)

A ce prix, les vendeurs de véhicules de qualité préfèrent ne pas vendre (ou vendre de gré à gré)

Uniquement des véhicules de mauvaise qualité

Sélection adverse = antisélection

=

Lorsque l'asymétrie d'information porte AVANT l'échange (= AVANT la signature du contrat) sur une CARACTERISTIQUE du produit (bien, service, travail)

Problèmes électriques
Problèmes de termites
Bruits dans le voisinage

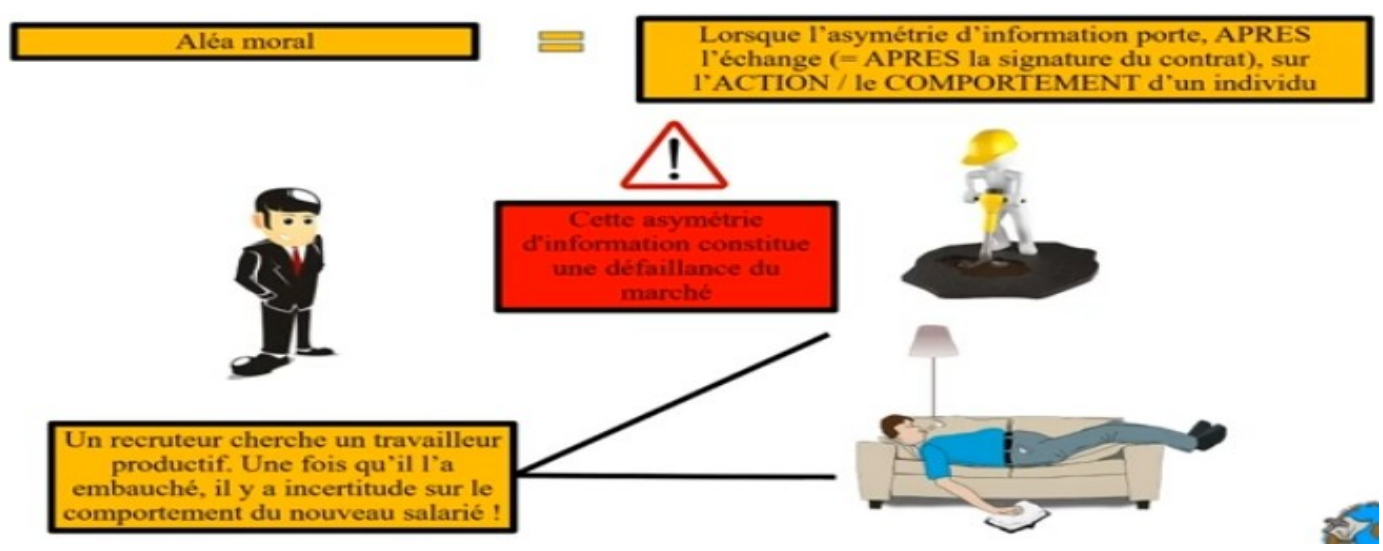
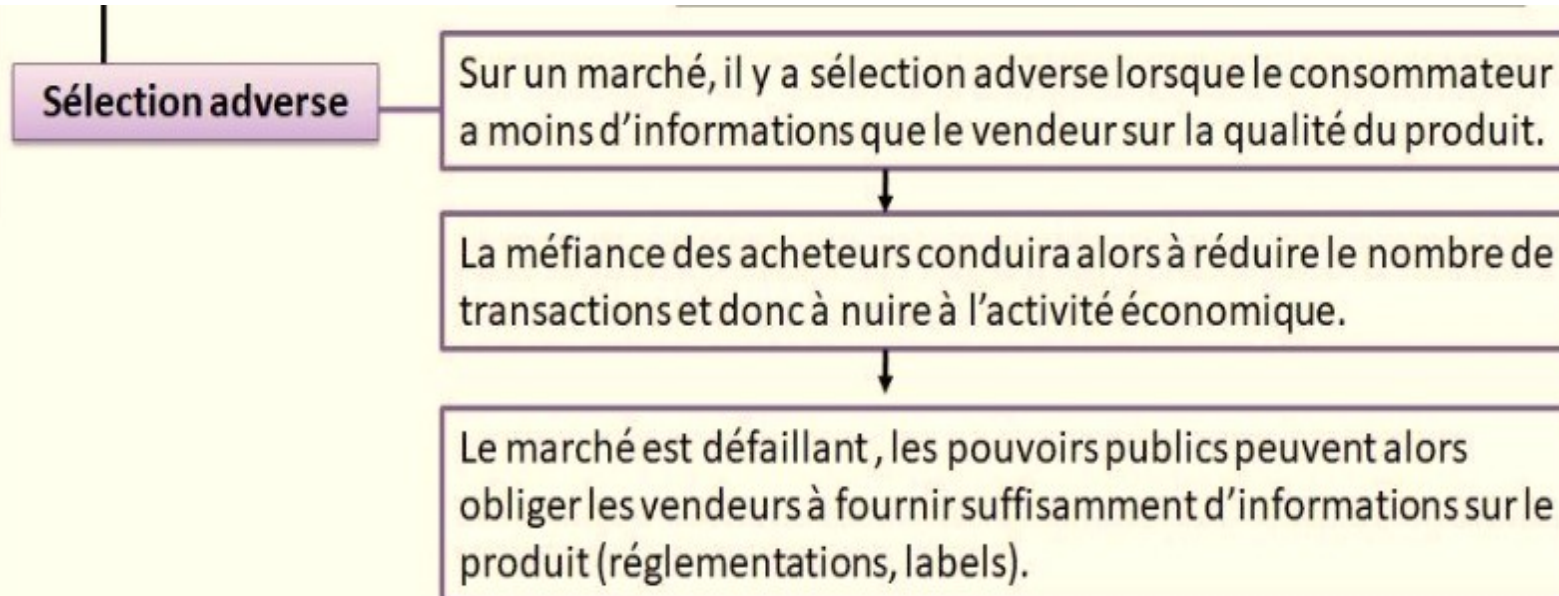
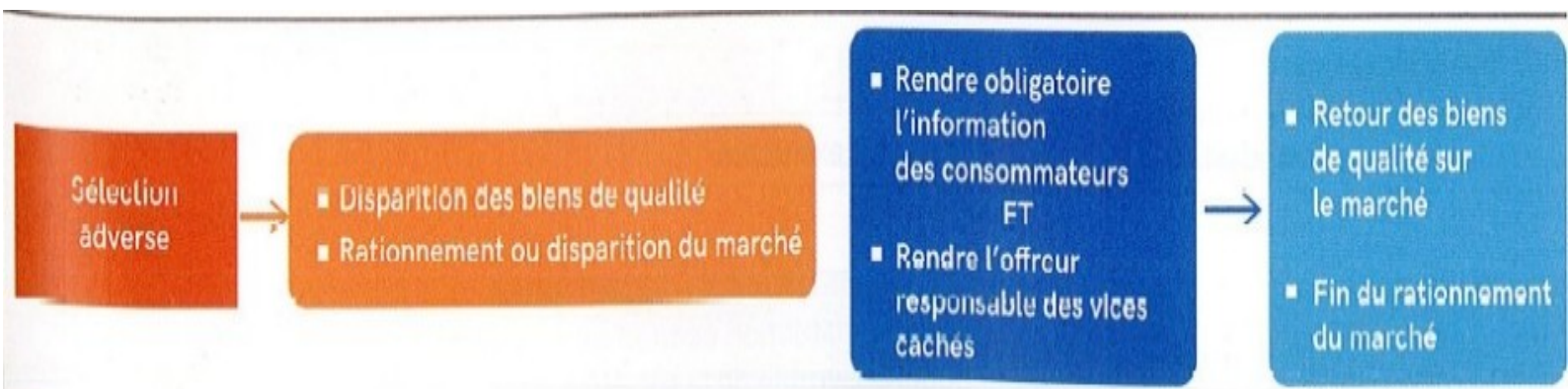


Cette asymétrie d'information constitue une défaillance du marché



Le vendeur connaît les caractéristiques du logement qu'il vend

L'acheteur ne dispose que des informations que le vendeur veut bien lui communiquer !



Comment pallier ces défaillances ?

Solutions privées : négociation entre les parties concernées par la pollution par exemple, financement privé pour la construction de phares au XIXème, journaux de cotation de l'occasion, garanties, questionnaires de santé dans les assurances

Mais cela ne résout pas toutes les difficultés de coordination par le marché

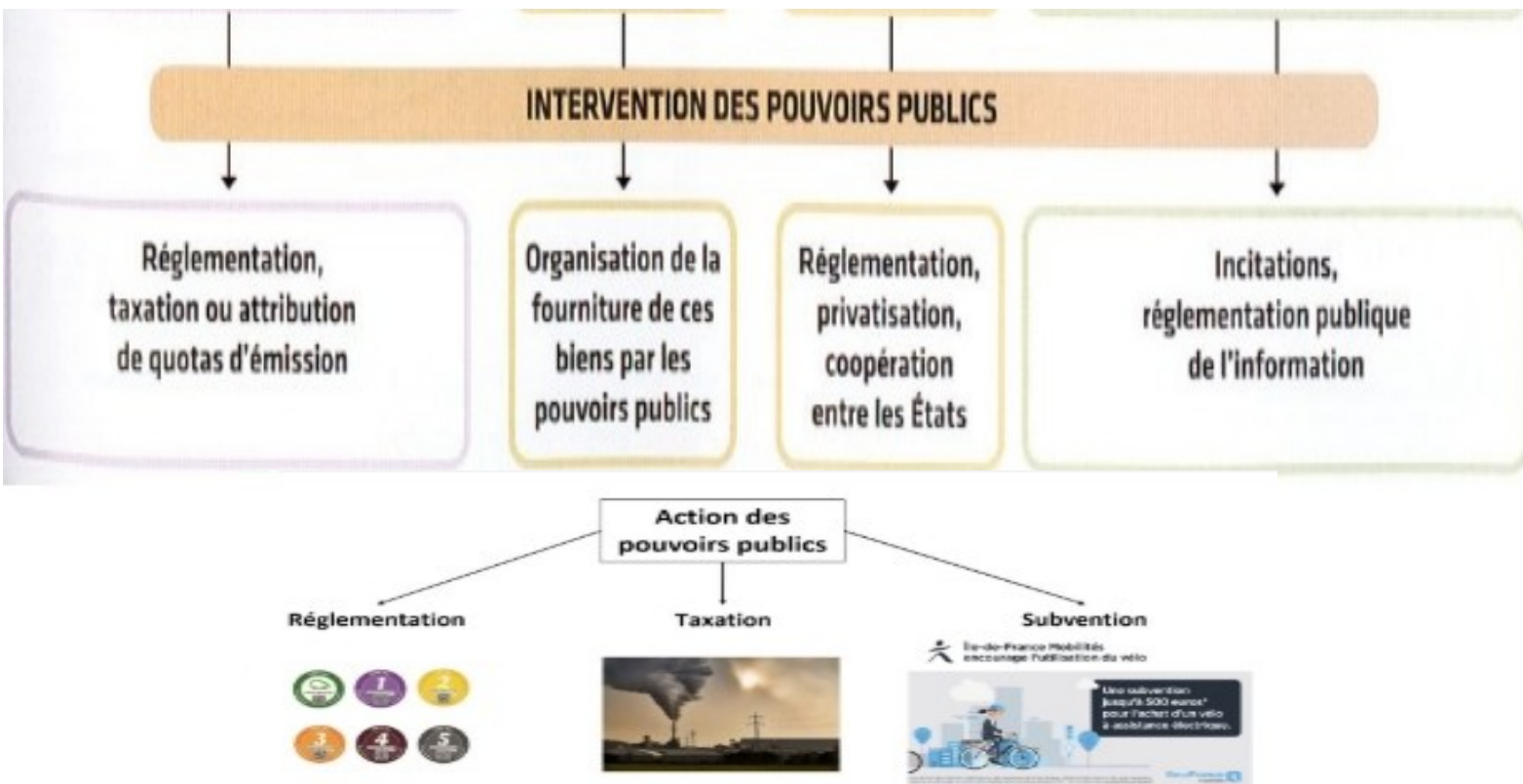
Cela justifie l'intervention des pouvoirs publics

Objectif : intégrer le coût social ou le bénéfice social dans le calcul économique des agents

Internaliser les externalités

- Ainsi, l'intervention des pouvoirs publics sur les marchés peut être justifiée lorsqu'elle a pour but de favoriser la concurrence mais aussi lorsque les marchés sont **défaillants**.

Défaillances - Première



Les signes officiels de la qualité et de l'origine

UNE GARANTIE OFFICIELLE POUR LES CONSOMMATEURS

Garantie de la qualité supérieure



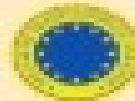
Une démarche
collective et
volontaire de la part
des producteurs

Garantie de l'origine



Le maintien d'un tissu
économique en milieu
rural, notamment en
montagne

Garantie d'une recette traditionnelle



Des conditions de
production
strictes validées
par l'État

Garantie du respect de l'environnement et du bien-être animal



Des contrôles réguliers
réalisés par des
organismes
indépendants agréés
par l'État

CES SIGNES CONCERNENT PLUS DE 1 000 PRODUITS EN FRANCE :



AOP/AOC
VINS, CIDRES
ET EAU DE VIE

IGP
VITICOLES



AOP
LAITIÈRE

AOP AGRO-
ALIMENTAIRE



IGP AGRO-
ALIMENTAIRE

LABEL ROUGE



- par contraintes => réglementation
- par incitat^o => principe du pollueur-payeur => quotas, marché des droits à polluer
- prise en charge de P^o => ex: R&D

Intervention externalité

Protéger biens communs

Les pouvoirs publics mettent en place des institutions afin d'éviter la surexploitation des biens communs. Il peut s'agir de réglementation qui encadre l'usage, ou de droits de propriétés afin de responsabiliser les producteurs.

donner des garanties de qualité

réglementation (étiquetage; Label; AOP)

obliger individu à révéler info (ex: employeur peut rechercher sur réseaux sociaux infos)

système d'incitat^o (jeunes conducteurs payent moins si aucun accident pdnt plusieurs années)

Contre l'asymétrie d'informati^o

Il faut améliorer l'information:

NON

...