

Quelles sont les principales défaillances du marché ?

Fiche

La théorie économique du marché pose le principe que les mécanismes du marché assurent l'efficacité en matière de fixation des prix et de conditions d'échange. Pourtant, de nombreuses situations révèlent que le marché est parfois défaillant et ne permet pas alors l'allocation optimale des ressources. La présence d'externalités, la question des biens communs et des biens publics et la situation d'asymétrie de l'information sont trois cas qui peuvent illustrer ces défaillances du marché. L'action des pouvoirs publics est alors nécessaire pour corriger ces défaillances.

I. La question des externalités

- On appelle **externalités** les effets non voulus des actes des agents économiques sur d'autres agents sans qu'il y ait compensation monétaire de ces effets. Il y a **externalité positive**, par exemple, lorsque les voisins d'un apiculteur plantent des fleurs et des arbres que les abeilles pourront butiner. À l'inverse, l'installation d'une usine polluante près d'un ensemble résidentiel engendre des dommages et peut faire baisser la valeur de l'immobilier et se traduire par une **externalité négative**.
- Ces effets, positifs ou négatifs, ne sont pas pris en compte sur le plan monétaire. Ainsi, le pollueur n'est pas « pénalisé » et ne supporte pas le « **coût social** » de sa pollution. De même, les voisins de l'apiculteur ne sont pas « encouragés » financièrement à agir pour l'intérêt général, puisque l'apiculteur ne les rémunère pas pour le service dont il bénéficie. L'allocation des ressources n'est donc pas optimale. Le prix, par exemple celui du bien produit par le pollueur, ne reflète pas le coût réel du bien pour la collectivité.

 [Exercice n°1](#)

II. Biens communs, biens collectifs

- Certains biens se caractérisent par le fait d'être accessibles à tous (on dit qu'ils sont **non exclusifs**). Parmi ceux-ci, on distingue les biens collectifs qui, en plus d'être non exclusifs, sont **non rivaux** : le fait d'être utilisé par les uns n'empêche pas leur usage par d'autres (un ciel étoilé à admirer ou un logiciel libre, par exemple).
- Les biens communs, en revanche, bien que leur accès ne puisse être interdit à quiconque, sont **rivaux**, car leur usage par les uns réduit voire empêche leur usage par d'autres (un pâturage communal, une piste publique de pétanque). Le marché se révèle incapable de prendre en charge ces biens : comme ils n'ont pas de prix, aucun utilisateur n'est incité à les financer ou à ne pas en abuser et aucun producteur n'est incité à en produire puisqu'ils n'engendrent pas de recettes.

 [Exercice n°2](#)

III. L'asymétrie d'information : sélection adverse et aléa moral

- La théorie de la concurrence pure et parfaite pose comme l'une de ses conditions la **transparence** du marché. Cela signifie que tout agent opérant sur un marché, offreur comme demandeur, doit disposer de l'ensemble des informations disponibles, qu'elles concernent les prix, les quantités échangées, les caractéristiques des biens et les conditions de l'échange. Dans la réalité, cette transparence de l'information est rarement réalisée : on parle alors **d'asymétrie de l'information**.
- Une première situation peut conduire l'agent économique à un processus de **sélection adverse** (c'est-à-dire de choix inverse de celui qu'il voulait faire). Lors de la vente d'une voiture d'occasion, par exemple, le vendeur dispose d'une information plus complète que l'acheteur potentiel sur l'état réel du véhicule (par exemple, sur ses défauts cachés). Le prix moyen du véhicule est fixé par le marché sans prise en compte de cet état réel : ce prix est, de ce fait, trop élevé pour les véhicules défaillants, mais pas assez élevé pour inciter les propriétaires de « bons » véhicules à les proposer sur le marché. Les propriétaires de « bons » véhicules se retirant, à ce prix, du marché, celui-ci ne comportera donc, en raison de cette asymétrie d'information sur la qualité, que des véhicules défaillants. La défiance généralisée peut donc s'installer et aboutir à paralyser ce marché, voire à le faire disparaître.
- L'**aléa (ou risque) moral** est une autre conséquence possible de l'asymétrie d'information : cet aléa se manifeste, par exemple, dans le domaine de l'assurance. Une personne qui a signé un contrat d'assurances contre certains risques (cambriolage, par exemple) se sait protégée contre les conséquences financières d'un sinistre. Elle peut être amenée, de ce fait, à aggraver la prise de risque par des comportements de négligence puisqu'elle n'en supportera pas les conséquences négatives. Il y a asymétrie d'information, car l'assureur n'avait, à la signature du contrat, pas d'information sur les intentions de son client, et il a calculé le montant de la prime à payer sur le modèle d'un comportement « normal ». Un autre exemple peut concerner un assuré social, couvert contre les conséquences financières d'un comportement (régime alimentaire déséquilibré, par exemple) et qui néglige toute attitude de prévention pour éviter le risque. L'asymétrie d'information vient ici du fait que la cotisation de sécurité sociale est uniforme et calculée pour tous en dehors de la connaissance du risque spécifique. Ceux qui ne courent pas (ou moins) ce risque paient alors pour les autres.

IV. L'intervention des pouvoirs publics comme correctif des défaillances du marché

- L'ensemble de ces défaillances de marché peut conduire à une absence d'équilibre en matière de prix et de quantités sur les marchés. Les externalités négatives non compensées conduisent à faire supporter un dommage par la collectivité au lieu de la faire supporter par son auteur. L'absence de prix de marché pour les biens communs et collectifs peut conduire les utilisateurs à les consommer de manière abusive et dissuader les offreurs de les produire. Enfin, l'asymétrie d'information peut conduire à des décisions irrationnelles ou à un dérèglement du marché quand le détenteur exclusif d'une information l'utilise à son profit. Ces situations appellent l'intervention de la puissance publique, au nom de l'intérêt général. Cette intervention aboutit soit à améliorer soit à contourner le fonctionnement spontané du marché.

- La prise en compte, par l'État, de l'impact des externalités négatives est illustrée par l'adoption du principe du « **pollueur-payeur** ». Ce principe s'applique lorsqu'une activité économique engendre, à travers une externalité négative, un « coût social » collectif, une pollution de l'air ou de l'eau, par exemple, ou une pollution sonore. L'instauration d'une « taxe compensatrice », à l'image de la **taxe carbone**, a pour objectif « d'**internaliser** » le coût social du dommage en le faisant supporter par son auteur. D'une part, les recettes tirées de cette taxe permettent de financer les équipements ou les procédures pour compenser l'externalité (équipements antipollution, mur antibruit, etc.). D'autre part, si elle est calculée de manière à refléter la réalité du dommage, cette taxe doit, en principe, dissuader l'auteur du dommage à continuer et l'inciter à en faire disparaître la cause.

Exercice n°4

- Dans le cas des biens communs et des biens collectifs, l'intervention de l'État se traduit par la prise en charge collective du financement de ces biens par le biais de l'impôt. Ainsi, la Défense nationale, le maintien de l'ordre public et de la sécurité (police, pompiers, etc.), l'éducation ou les grandes infrastructures collectives sont financés par le prélèvement fiscal, ce qui a pour avantage d'éviter que certains n'en profitent sans avoir à les financer (« passager clandestin »), mais en ajustant (en principe) la participation de chaque citoyen à sa capacité propre de contribution.

- Notons que cette intervention étatique dans un cadre national ne résout pas la question des **biens publics mondiaux** comme la préservation du climat, la lutte contre les épidémies ou contre la pollution, la défense de ces biens publics mondiaux exigeant une prise de conscience et une action de l'ensemble des États ou d'organismes supranationaux comme l'Organisation des Nations unies.

Exercice n°5

- Enfin, les pouvoirs publics peuvent tenter de remédier à l'asymétrie de l'information en incitant les participants au marché, au besoin par la contrainte légale et les sanctions, à révéler les informations qu'ils détiennent et à rendre le marché plus transparent. Les organismes de certification, les labels et appellations contrôlées (AOC) et le soutien aux associations de consommateurs vont dans le sens d'une amélioration de la transparence du marché. De même, le contrôle de la publicité ou les enquêtes de la Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) permettent, dans une certaine mesure, d'améliorer la protection et la sécurité des consommateurs et le respect, entre les producteurs, de règles loyales de concurrence.