**Devoir de SES**

**Thème : les défaillances du marché**

**1. [7points]**

Après avoir expliqué ce qu’est un **bien collectif [2pts] ,** vous montrerez **pourquoi [2pts]** et **comment [2pts]** les pouvoirs publics doivent intervenir dans la production de tels biens. Votre réponse sera illustrée par au moins un **exemple** **[1 pt].**

**2.** **[7 points]**

Après avoir expliqué ce qu’est une **externalité négative [2pts]**, vous expliquerez **pourquoi** **[2pts]** l’existence d’externalités négatives justifie l’intervention des pouvoirs publics et **comment [2pts]** cette intervention peut s’effectuer. Votre réponse sera illustrée par au moins un **exemple [1pt].**

**3.** En vous appuyant sur l’exemple des voitures d’occasion, expliquez en quoi consiste le problème de la **sélection adverse.** **[6 pts].**

**OU**

**3.** En vous appuyant sur l’un l’exemple de l’assurance, expliquez en quoi consiste le problème de **l’aléa moral.** **[6 pts].**

**Corrigé**

**Thème : les défaillances du marché**

**1. [7points]** Après avoir expliqué ce qu’est un **bien collectif [2pts] ,** vous montrerez **pourquoi [2pts]** et **comment [2pts]** les pouvoirs publics doivent intervenir dans la production de tels biens. Votre réponse sera illustrée par au moins un **exemple** **[1 pt].**

Les biens collectifs sont des biens pour lesquels il n’y a ni excluabilité (ou exclusivité), ni rivalité. L’éclairage public en est un exemple-type.

L’absence de rivalité signifie que l’utilisation du bien par une personne ne limite pas la satisfaction qu’une autre personne peut tirer en même temps de ce bien. Par exemple, si l’éclairage public éclaire mon voisin, cela n’empêche pas qu’il m’éclaire aussi.

L’absence d’excluabilité (ou exclusivité) signifie que, dès lors que le bien existe, il ne peut être réservé à ceux qui paient, on ne peut empêcher ceux qui ne paient pas d’en profiter aussi. Par exemple si mon voisin paie pour éclairer la rue, je suis aussi éclairé même si je ne paie pas.

Même si un bien collectif est utile, personne n’a intérêt à payer pour demander qu’il soit produit. Une entreprise qui produirait un bien collectif n’aurait pas de client. Il n’y a pas de demande, donc pas de marché pour les biens publics. Chacun a en effet intérêt à se comporter en « passager clandestin », c'est-à-dire à attendre que d’autres aient payé et d’en profiter. Il n’y a donc pas de prix pour inciter les entreprises privées à produire ces biens. Ces biens ne sont donc pas produits alors qu’ils sont utiles, car ce ne serait pas rentable pour une entreprise : le marché est défaillant, il ne conduit pas à une situation optimale.

Comme les biens collectifs sont utiles mais que personne n’a intérêt à en produire, ce sont les pouvoirs publics qui, au nom de l’intérêt général, prennent en charge la production de biens collectifs. Les services ainsi rendus ne sont pas vendus (non marchands) et leur production est financée par l’impôt. Il n’est cependant pas facile de savoir si le service que l’on rend correspond bien aux besoins des usagers, c’est-à-dire à ce qu’ils auraient été prêts à payer si le service avait été vendu.

**2.** **[7 points]** Après avoir expliqué ce qu’est une **externalité négative [2pts]**, vous expliquerez **pourquoi** **[2pts]** l’existence d’externalités négatives justifie l’intervention des pouvoirs publics et **comment [2pts]** cette intervention peut s’effectuer. Votre réponse sera illustrée par au moins un **exemple [1pts].**

Il y a externalité négative (ou coût externe) lorsque l’action d’un agent économique (consommation ou production) fait supporter des coûts à des tiers qui n’en tirent aucun avantage en contrepartie. La pollution est l’exemple-type d’externalité négative : les coûts de la pollution (maladies, changements climatiques, perte de biodiversité…) ne sont pas supportés que par celui qui pollue.

Sur le marché, chacun ne prend en compte que les prix qu’il paie lui-même (coût privé) et ne tient pas compte des coûts qu’il fait supporter aux autres (externalités). On n’est donc pas dissuadé de polluer autant qu’on le serait si l’on supportait soi-même les coûts que l‘on fait supporter aux autres.

Aussi, une décision (consommer ou produire) qui peut maximiser les surplus individuels, ne maximise pas le surplus collectif. Le marché ne conduit pas à une situation optimale car le prix payé par le pollueur ne reflète pas le coût social. C’est pourquoi on dit que le marché est défaillant.

Au nom de l’intérêt collectif les pouvoirs publics peuvent mettre en place des normes c’est à dire des mesures réglementaires d’interdiction ou au contraire d’obligation afin de limiter la production d’externalités négatives :

- interdictions : de l’usage de tel produit ou de telle procédé (atrazine dans l’agriculture), de présence de telle substance au-delà d’une certaine concentration (atrazine dans l’eau potable), d’émission de polluants au-delà d’un certain seuil (pollution des voitures) etc.

- obligations : pots catalytiques sur les voitures, isolation des maisons neuves

Ils peuvent aussi mettre en place des mesure incitatives en faisant en sorte qu’il soit plus rentable pour les producteurs ou les consommateurs de ne pas polluer que de polluer. Cela peut se faire en mettant en place une subvention ou, au contraire, une taxe.

**3.** En vous appuyant sur l’exemple des voitures d’occasion, expliquez en quoi consiste le problème de la **sélection adverse.** **[6 pts].**

S’il y avait transparence sur le marché des voitures d’occasion, le prix auquel s’échangeraient les voitures dépendrait de leur qualité : les propriétaires des meilleures voitures ne les cèderaient que contre un prix correspondant à cette qualité et les clients seraient prêts à mettre le prix correspondant à cette qualité.

Mais sur le marché de l’occasion, il y asymétrie d’information : les clients ne peuvent distinguer les bonnes occasions des mauvaises. Les propriétaires de mauvaises voitures, cherchent à en profiter pour les vendre aussi cher que les bonnes. Si un client achète une voiture d’occasion à un prix élevé, il ne sait pas si elle les vaut : plus il paie un prix élevé, plus il prend de risque. Il refuse donc de payer cher un bien dont il n’est pas sûr. Mais pour le prix qu’il est prêt à payer, les propriétaires des meilleures voitures n’ont pas intérêt à les vendre.

Ainsi, les meilleurs produits sont retirés du marché alors que l’échange aurait pu être avantageux à la fois pour le vendeur et le client si la transparence avait permis la fixation d’un prix adapté.

Seuls les mauvais produits restent sur le marché : il y a sélection adverse. Cette situation crée un manque de confiance dans le marché qui peut conduire carrément à l’absence de marché (personne n’ose acheter ou vendre).

**OU**

**3.** En vous appuyant sur l’un l’exemple de l’assurance, expliquez en quoi consiste le problème de **l’aléa moral.** **[6 pts].**

L’aléa moral est un problème qui se pose lorsqu’un manque d’information porte sur le comportement de celui avec lequel on échange. Il se manifeste par exemple sur le marché des assurances. En effet, une fois assuré, le client risque de changer de comportement en prenant plus de risques.

Par exemple, une personne couverte par l’assurance maladie ne sera pas incitée à limiter ses dépenses de santé : comportements à risque en matière hygiène de vie, pas d’effort pour chercher les prestations les moins chères (lunettes…), tendance à consulter trop souvent etc.

L’assurance accroît les prises de risque, donc accroît les dépenses des assureurs. Les assureurs doivent donc augmenter les cotisations payées par leurs clients. Mais comme elles ne savent pas quels clients vont être vertueux et lesquels vont prendre des risques, c’est tout le monde qui paye plus cher. Mais dans ce cas les assurés vertueux payent plus cher que ce qu’ils attendent de l’assureur. Ils ne veulent pas payer ce prix (payer pour les autres) et se retirent du marché.

Dans certains cas, le marché n’est pas possible car l’assurance pourrait provoquer la réalisation quasi automatique du risque.

Pour faire face à l’aléa moral, les assureurs mettent en place une franchise : en cas de réalisation du risque une partie du coût reste à la charge de l’assuré. Ce reste à charge doit dissuader l’assuré de s’exposer délibérément au risque.