

# Dossier

# Didactique des SES

**Quelles sont les principales  
défaillances du marché?**

---

*Loundou Médard*

*(Lycée Jean Giraudoux)*

*Gugger Sylvain*

*(Lycée Maurice Genevoix)*

---

**Version élève**

## La coordination par le marché.

### Chapitre 4 : Quelles sont les principales défaillances du marché?

#### Objectifs :

- *Notions :*
  - Asymétries d'information
  - Externalités
  - Biens collectifs
  
- *Savoirs :*
  - Expliquer en quoi les asymétries d'informations peuvent engendrer un équilibre avec rationnement ou l'absence de marché.
  - Présenter des moyens de lutter contre les asymétries d'information.
  - Expliquer pourquoi le marché peine à prendre en charge les biens collectifs.
  - Expliquer pourquoi les externalités sont problématiques pour le marché.
  
- *Savoir-faire :*
  - Calcul et interprétation des indices simples.
  
- *Pré-requis :*
  - Rationnement
  - Prix et quantités d'équilibre
  - Institutions marchandes
  - Allocation des ressources
  - Taux d'intérêt
  - Risque de crédit

*Plan du chapitre 4 : Quelles sont les principales défaillances du marché?*

Introduction

- I. Une information imparfaite peut-elle remettre en cause le fonctionnement du marché concurrentiel?
  - A. Les asymétries d'information peuvent-elles être à la base de l'absence d'un marché?
  - B. Une situation de rationnement du marché peut-elle être causée par des asymétries d'information?
- II. Comment lutter contre les asymétries d'information?
  - A. Quelle est la fonction des comparateurs de prix?
  - B. Quel est le rôle des agences de notation?
- III. Comment l'allocation des ressources se trouve-t-elle modifiée en présence de biens collectifs ou d'externalités?
  - A. Comment le marché gère-t-il les biens collectifs?
  - B. En quoi les externalités sont-elles une défaillance du marché?

Conclusion

Activité de découverte : Le prix pourrait-il être un indicateur imparfait?

**Objectif** : Sensibiliser les élèves au fait que l'information parfaite n'est pas toujours présente sur le marché.

**Document : Annonce de vente d'une voiture par un particulier.**

**BMW 320DA Modern - 184cv - série 3**



3 PHOTOS DISPONIBLES

FF - Mise en ligne le 1 mars à 10:49.

**Prix :** 2 490 €  
Ville : Contres  
Code postal : 41700

CONTACTER FF



Envoyer un email



Voir le numéro

GÉRER VOTRE ANNONCE



Modifier



Supprimer



Mettre en avant



Remonter en tête de liste

Annonce modifiée trouvée sur *LeBonCoin.fr*.

**Question 1 : Souhaiteriez-vous posséder ce modèle de voiture, indépendamment du prix?**

**Question 2 : Voudriez-vous acheter cette voiture, compte-tenu du prix?**

**Question 3 : Le prix est-il une information suffisante?**

Activité 1 : L'absence de marché dû à un phénomène de sélection adverse.

**Objectif :** Présenter comment la sélection adverse peut engendrer l'absence de marché.

**Document : Quand l'asymétrie d'information conduit à la "sélection adverse".**

Supposons, pour simplifier, que la population puisse être répartie en deux groupes homogènes : les "bons risques", qui ont une espérance de vie élevée, et les "mauvais risques", dont l'espérance de vie est plus faible. Que se passe-t-il si les assureurs, faute de pouvoir distinguer les bons risques des mauvais, offrent un contrat unique à tous les assurés potentiels?

Pour éviter de faire des pertes, les assureurs vont calculer la prime du contrat en fonction de l'espérance de vie moyenne dans la population ; mais les bons risques vont refuser de souscrire ce contrat, dont les primes sont trop coûteuses au vu de leur forte espérance de vie. En revanche, les mauvais risques vont trouver le contrat avantageux et y souscrire en masse. Sans le chercher, l'assureur a sélectionné ses assurés dans la population, et le résultat est contraire à ses espérances puisqu'il n'assure plus que les mauvais risques : c'est l'origine de l'expression de "sélection adverse", qui est souvent utilisée dans ce domaine. Le malheureux assureur fera des pertes sur le contrat offert et le retirera donc, si bien que la population sera laissée sans assurance.

Bernard Salanié, *Microéconomie. Incitations et contrats*, Encyclopedia Universalis, 2010.

**Question 1 :** *Pourquoi l'assureur ne connaît-il pas le groupe des "bons risques" de celui des "mauvais"? Expliquer.*

**Question 2 :** *En appliquant un prix moyen, que va-t-il se produire concernant ces deux groupes? Décrire.*

**Question 3 :** *Pourquoi peut-on alors parler de sélection adverse pour l'assureur? Expliquer.*

**Question 4 :** *Comment une asymétrie d'information peut-elle conduire à l'absence de marché? Synthétiser.*

Activité 2 : L'aléa moral peut être à la base d'un rationnement sur le marché.

**Objectif :** Présenter comment l'aléa moral peut provoquer une situation de rationnement.

**Document : L'aléa moral appliqué aux assurances.**

[\[0:23 - 3:47\] ILB - Aléa Moral \(Assurance\)](#)

( [https://www.youtube.com/watch?v=GfiluBrf\\_Ys](https://www.youtube.com/watch?v=GfiluBrf_Ys) )

**Question 1 :** *Quel est la particularité du dispositif des contrats d'assurance analysés par cet économiste? Décrire.*

**Question 2 :** *Quel est le risque de ce dispositif? Expliquer.*

**Question 3 :** *Pour quelle raison peut-on dès lors parler d'asymétrie d'information? Expliquer.*

**Question 4 :** *Que signifie donc le phénomène d'aléa moral dans un contexte assurantiel? Définir.*

**Question 5 :** *Comment ce phénomène d'aléa moral peut-il conduire à une situation de rationnement? Synthétiser.*

Synthèse du I : Tableau.

**Complétez le tableau en indiquant de quel type d'asymétrie d'information il s'agit, et quelles conséquences cela peut avoir sur les marchés concernés.**

<b>Situation</b>	<b>Asymétrie d'information</b>	<b>Sélection adverse ou aléa moral?</b>	<b>Conséquences</b>
Marché des voitures d'occasion	Les acheteurs ne connaissent pas l'état réel des voitures.		
Marché du travail	Le recruteur ne connaît pas le degré de motivation réel des postulants.		

### Activité 3 : Faciliter la recherche d'information sur les prix.

**Objectif :** Montrer que les comparateurs de prix cherchent à rétablir l'information donnée par les prix.

#### Document 1 : Comparateurs de prix des carburants de l'Etat et des magasins E. Leclerc.

**Le prix des carburants**  
l'énergie est notre avenir, économisons-la

Voie carburant | Votre itinéraire | Foire aux questions | Comprendre les prix | Données publiques | Vos favoris | Contactez-nous

Mise à disposition des données du site des prix du carburant de manière libre et gratuite (opendata)

Choix du carburant

- Gazole
- SP95
- SP95-E10
- SP95 & SP95-E10
- E85
- GPLc
- SP98

Localisation

Incluez une commune, un numéro de département ou un code postal

Chercher

Survolez la carte pour faire apparaître les prix mis à jour depuis moins de 15 jours (prix les moins chers et les plus chers par département) ou cliquez sur un département pour faire apparaître tous les prix

quiestlemoinscher.com

CE SITE EST SOUMIS AUX RÈGLES DE LA PUBLICITÉ COMPARATIVE

### Vérifiez qui est le moins cher près de chez vous.

Comparaisons de prix entre magasins collectés entre le 6 janvier et le 2 février 2016 portant sur 408 à 4 135 produits de marques nationales.

> Synthèse des comparaisons > \*Détails des comparaisons

Accédez aux données les plus récentes et à l'historique des écarts de prix :

Code postal

> Méthodologie

#### Écarts moyens entre enseignes \*

\* Prix de 2 571 produits de marques nationales collectés entre le 11 et le 30 janvier 2016, dans 3 257 magasins de 10 enseignes nationales.

<b>Casino</b> en moyenne <b>16,4% + cher</b> que E. Leclerc	<b>Carrefour market</b> en moyenne <b>12,9% + cher</b> que E. Leclerc	<b>SIMPLY</b> en moyenne <b>12,4% + cher</b> que E. Leclerc	<b>CORA</b> en moyenne <b>7,9% + cher</b> que E. Leclerc	<b>Auchan</b> en moyenne <b>7,3% + cher</b> que E. Leclerc
--	--	--	---	---

**Question 1 : Qu'est-ce qu'un comparateur de prix? Expliquer.**

**Question 2 : Quels sont les enjeux des comparateurs de prix...**

- ...pour les vendeurs?
- ...pour les acheteurs?

**Question 3 : Quelle particularité présente le comparateur de prix des carburants par rapport à l'autre? Comparer.**

**Question 4 : Selon vous, les comparateurs de prix présentent-ils tous la même fiabilité de l'information pour le consommateur? Dédurre.**



#### Activité 4 : Informer sur la fiabilité des agents économiques.

**Objectif** : Montrer en quoi les agences de notation délivrent de l'information concernant les titres financiers.

##### **Document 1 : Le rôle des agences de notation.**

Les agences de notation ont pour tâche, en théorie, d'évaluer en toute indépendance le risque de faillite ou de non remboursement d'un acteur économique émettant des titres de dette, comme des obligations. En clair, elles informent les investisseurs du risque qu'ils courent s'ils prêtent à telle société ou à tel Etat. Elles ont chacune une échelle de note, allant de AAA (triple A) à CCC.

La note est attribuée après un travail d'analyse des chiffres économiques et financiers, et résulte d'une décision collégiale des analystes de l'agence. Il s'agit d'une opinion, soulignent les agences, nullement d'une recommandation d'acheter ou de vendre un titre ou une action d'une entreprise.

La note, reflet du risque de faillite d'une entreprise ou d'un Etat, a pris toutefois une très grande importance pour les entités notées et les investisseurs. Pour les Etats comme pour les entreprises, une note dégradée se traduit par une hausse des taux d'intérêt. Donc, quand ils veulent emprunter, cela coûte plus cher.

Guillaume Guichard, "Les agences de notation décryptées", *Lefigaro.fr*, 08/03/2016.

##### **Document 2 : Les agences de notation seraient-elles parfaitement fiables?**

Avec la complexification des marchés financiers, les agences avancent qu'il devient de plus en plus coûteux d'analyser le risque de faillite des acteurs économiques. C'est pourquoi, dans les années 70, elles ont commencé à faire payer [sous forme d'abonnement] les entreprises qu'elles notaient. (...) Une grande entreprise doit verser au minimum 70.000 dollars au début du processus de notation, puis un abonnement de «surveillance» s'élevant à environ la moitié de la somme initiale. A chaque fois qu'elle émettra de la dette sur les marchés, elle s'acquittera en plus d'une commission de 0,045% de la transaction. Les montants sont du même ordre en Europe.

Aujourd'hui, environ 90% du chiffre d'affaires des agences de notation provient des entités notées, relève Norbert Gaillard (...).

La crise des «subprimes», crédits immobiliers à risque, a mis en lumière les limites du système actuel des agences. Payées par les sociétés qui veulent être notées, les agences seraient parfois tentées d'attribuer une meilleure note que celle méritée réellement afin de remporter un contrat au détriment de ses autres concurrentes.

Guillaume Guichard, "Les agences de notation décryptées", *Lefigaro.fr*, 08/03/2016.

**Question 1 : Vous expliquerez la phrase soulignée en faisant référence aux notions de taux d'intérêt et de risque de crédit vues précédemment. Expliquer. [Document 1]**

**Question 2 : Quel est le rôle des agences de notation concernant l'information? Décrire. [Document 1]**

**Question 3 : Quelle est la principale limite actuelle des agences de notation? Expliquer. [Document 2]**

**Question 4 : Selon vous, quel pourrait être un moyen de palier à ces conflits d'intérêts? Argumenter.**

**Indiquer la (ou les) bonne(s) réponse(s) :**

**Question 1 : Les asymétries d'information sont une remise en cause du postulat du marché de concurrence pure et parfaite suivant :**

- a. L'atomicité du marché.
- b. L'homogénéité du produit.
- c. La transparence du marché.
- d. La fluidité du marché.

**Question 2 : Les asymétries d'information sont :**

- a. Une défaillance du marché.
- b. Un déséquilibre entre les informations que possèdent des agents économiques par rapport à d'autres agents économiques.
- c. Issues de situations de monopoles.
- d. Causées par des problèmes d'aléas moraux.

**Question 3 : Quel est le soucis majeur des instruments de lutte contre les asymétries d'information?**

- a. Ils renforcent les asymétries d'information initiales.
- b. Ils sont inefficaces.
- c. Ils sont trop coûteux.
- d. Ils peuvent engendrer des conflits d'intérêt.

**Question 4 : Lutter contre les asymétries d'information permet :**

- a. De modifier l'allocation des ressources.
- b. De rendre le marché plus juste.
- c. De rechercher le retour à l'équilibre.
- d. De faire diminuer les taux d'intérêt.

### Activité 5 : Le marché peine à prendre en charge les biens collectifs.

**Objectif** : Expliquer pourquoi le marché peine à prendre en charge les biens collectifs.

#### **Document : Les biens collectifs, une défaillance du marché.**

A la différence, de ce que l'on observe pour un bien privé - tel que l'essence ou les légumes -, la consommation d'un bien collectif - tel que l'éclairage d'une rue ou un environnement de qualité - par un agent économique ne réduit pas la quantité disponible du bien en question pour les autres agents économiques. [...] La Défense nationale constitue l'exemple parfait d'un bien collectif dans la mesure où chaque nouveau citoyen [...] en bénéficie (non-exclusion) sans que cela restreigne le niveau de protection dont bénéficient les autres membres de la collectivité (non-rivalité). [...]

Les biens collectifs ne peuvent pas être produits par les mécanismes marchands traditionnels. En effet, aucun consommateur rationnel n'étant disposé à payer pour un bien dont il peut profiter gratuitement, aucune entreprise ne souhaitera en conséquence en assurer la protection. C'est cette "défaillance" du marché à fournir des biens (et des services) pourtant utiles à tous qui rend indispensable l'intervention de l'Etat. Ce dernier est, en effet, via l'impôt, le seul agent économique en mesure de contraindre les citoyens à financer la production des biens en question.

Jean-Louis Laville et Antonio David Cattani (dir), *Dictionnaire de l'autre économie*, Desclée de Brouwer, 2005.

**Question 1 : Une entreprise privée serait-elle rentable si elle devait s'occuper de la défense nationale d'un pays? Justifier.**

**Question 2 : Quelle solution a été trouvée pour pallier à cette défaillance du marché? Expliquer.**

**Question 3 : Comment caractériser les critères que sont...**

- ... la rivalité? Définir.
- ... l'exclusion? Définir.

**Question 4 : Complétez le tableau avec des exemples. Illustrer.**

	<b>Rivalité</b>	<b>Non-rivalité</b>
<b>Exclusion</b>		
<b>Non-exclusion</b>		

Activité 6 : Le marché peut engendrer des externalités.

**Objectif** : Expliquer pourquoi les externalités sont problématiques pour le marché.

**Document** : Les algues vertes, une externalité négative du marché.

[\[0:00 - 2:26\] Ina2 - Externalités \(Algues Vertes\)](#)

( <https://www.youtube.com/watch?v=AdG8OjNxVSM> )

**Question 1** : *Quelle est l'influence de la prolifération des algues vertes sur l'économie et le cadre de vie de la ville et de ses habitants? Décrire.*

**Question 2** : *Quelle est la cause de la prolifération des algues vertes? Expliquer.*

**Question 3** : *Est-ce que ce sont les agents économiques qui ont causés ces dégâts environnementaux qui payent leurs réparations? Justifier.*

**Question 4** : *Quelle proposition vous semble la plus correcte pour définir ce qu'est une externalité? Définir.*

- a. Activité de production qui engendre des effets se manifestant à l'extérieur de la sphère économique.
- b. Activité de production ou de consommation d'un agent économique qui affecte un autre agent économique sans qu'aucun des deux ne reçoive ou ne paye une compensation pour celle-ci.
- c. Le fait pour une entreprise de recourir à une autre entreprise pour produire des biens ou des services qui lui serviront à produire ses propres biens ou services.
- d. L'action pour une collectivité territoriale d'imposer des règles en dehors de sa zone géographique d'influence.
- e. Activité de production d'un agent économique qui engendre des effets négatifs sur d'autres agents économiques.

# TD : La pollution comme externalité

**Objectif :** Calcul et interprétation des indices simples.

## Emission de Dioxide de carbone en France de 1990 à 2010.

Année	Emission de CO2 (milliers de tonnes)	Indice
1990	39876,99	100
1995	39848,06	
2000		104,09
2005	42574,07	
2010		98,07

UNFCCC, [mdgs.un.org](http://mdgs.un.org) | 14/03/2016

### 1. Qu'est-ce qu'un indice?

Un indice est un outil statistique qui permet de mesurer l'évolution d'une valeur dans le temps, à partir d'une même date de référence (base de référence). Il permet aussi d'effectuer des comparaisons dans l'espace à une même date, en posant un pays comme base de référence.

### 2. Comment calcule-t-on un indice?

Pour calculer un indice, il faut définir au préalable la valeur qui sert de référence (valeur de base), on lui attribue traditionnellement la valeur 100, cette valeur 100 est l'indice de base.

$$\text{Indice } y = \frac{V_{\text{valeur étudiée}}}{V_{\text{valeur de base}}} \times 100$$

### 3. Quelle interprétation peut-on faire d'un indice?

L'indice permet de calculer rapidement et facilement le pourcentage de variation et le coefficient multiplicateur.

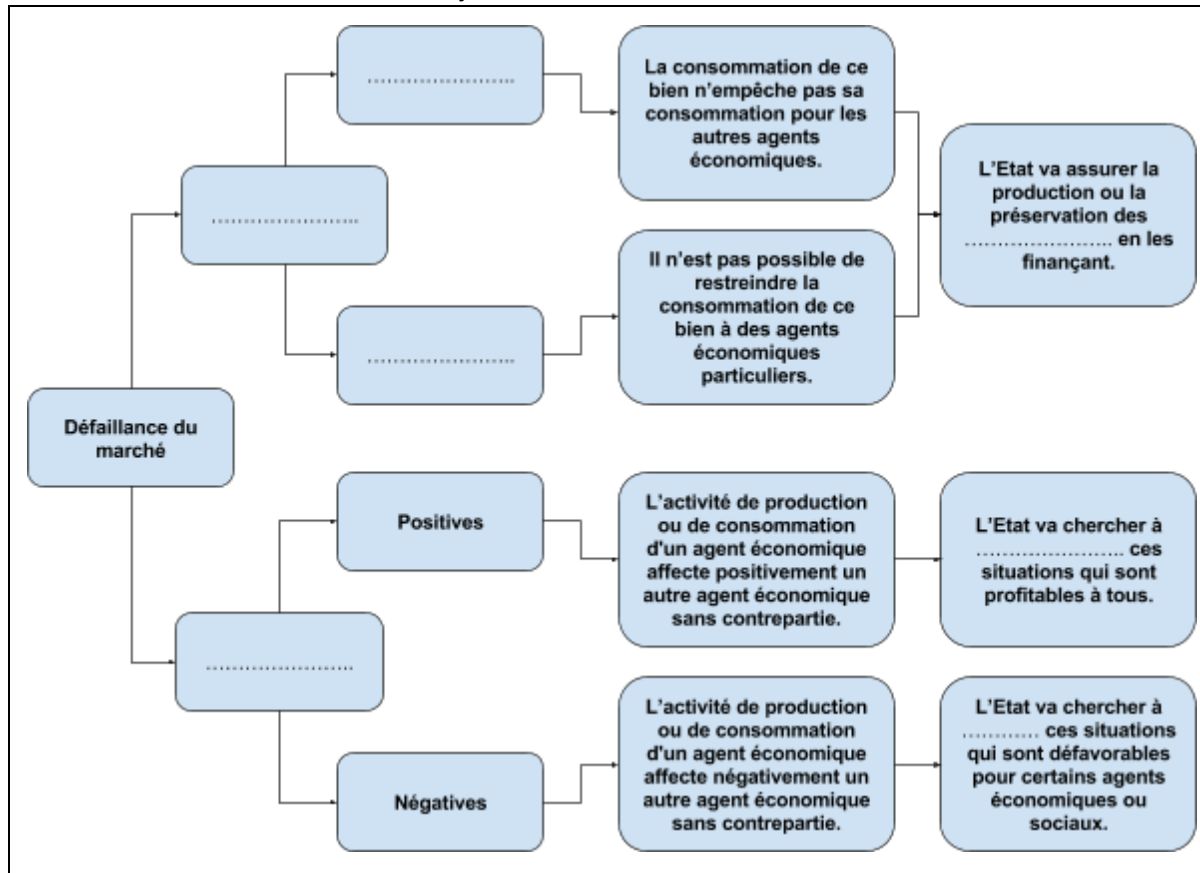
$$\begin{aligned} \text{Indice} - 100 &= \text{Taux de variation} \\ \frac{\text{Indice}}{100} &= \text{Coefficient multiplicateur} \end{aligned}$$

Un indice ne possède pas d'unité et se lit toujours par rapport à la base. Si on compare un indice à un autre, autre que l'indice de base, la différence entre les deux indices (écart absolu) s'exprime en points. L'écart absolu est peu parlant, il est nécessaire de calculer un écart relatif en utilisant le pourcentage de variation ou le coefficient multiplicateur, l'indice ne traduit que des variations.

### 4. Application :

Complétez le tableau en calculant des indices et en retrouvant les valeurs absolues.

### Synthèse du III : Schéma.



### Conclusion

#### Synthèse du chapitre : Texte à trous.

Les ....., quelles prennent la forme de sélection adverse ou d'aléa moral, ainsi que les ..... et les ....., sont des ..... majeures du marché. Elles modifient ....., de telle sorte que celle-ci n'est plus optimale, ce qui cause des situations de ..... . Toutefois, il est possible de mettre en place des instruments pour pallier à ces défaillances. Concernant les ....., l'action principale mise en place et de redonner de l'information aux différents agents économiques. Notamment grâce aux comparateurs de prix ou aux agences de notation par exemple. Cependant, il est possible que les moyens mis en place posent des problèmes de ..... qui limitent leur portée. Tandis que pour lutter contre les problèmes que posent au marché les ..... et les ....., il est traditionnellement fait appel aux pouvoirs publics. L'Etat va en effet prendre en charge les ..... et chercher à réduire les ....., ou au contraire à accroître les .....

## Dissertation s'appuyant sur un dossier documentaire

*Il est demandé au candidat :*

- de répondre à la question posée par le sujet ;
- de construire une argumentation à partir d'une problématique qu'il devra élaborer ;
- de mobiliser des connaissances et des informations pertinentes pour traiter le sujet, notamment celles figurant dans le dossier ;
- de rédiger en utilisant le vocabulaire économique et social spécifique et approprié à la question, en organisant le développement sous la forme d'un plan cohérent qui ménage l'équilibre des parties

*Il sera tenu compte, dans la notation, de la clarté de l'expression et du soin apporté à la présentation.*

### SUJET

Ce sujet comporte trois documents

**Comment les biens collectifs et les externalités peuvent-ils remettre en cause le fonctionnement du marché?**

#### DOCUMENT 1

##### Le feu d'artifice

Les habitants d'une petite ville aiment les spectacles de feu d'artifice et chacun des 500 habitants de la ville accorde une valeur de 10 euros à l'évènement. Le coût de production de ce spectacle est de 1 000 euros. Comme 5 000 euros correspondent à l'avantage retiré, il est économiquement efficace pour la ville d'organiser le spectacle.

Un marché privé aboutirait-il tout seul à un tel résultat efficace? Probablement pas. Imaginons qu'un entrepreneur privé de la ville décide de monter le même type de spectacle. Il aura certainement du mal à vendre ses billets pour ce spectacle, car ses spectateurs potentiels se rendraient compte rapidement qu'ils pourraient voir le feu d'artifice sans billet. Comme ce bien n'est pas excluable, les habitants sont incités à être des profiteurs, en d'autres termes, des passagers clandestins. Un profiteuse, ou un passager clandestin, est une personne qui retire un avantage d'un bien mais qui évite de payer pour l'obtenir. [...] Bien qu'un tel spectacle soit socialement désirable, il n'est pas profitable pour l'individu qui l'organise.

Source : Gregory Mankiw et Mark Taylor, *Principes de l'économie*, De Boeck, 2010.



## DOCUMENT 2

### Evolution du thon rouge dans l'Atlantique Est



Source : Ministère de l'agriculture.

## DOCUMENT 3

### Effets de la pollution de l'air sur la santé



Source : airparis.asso.fr | 13/03/2016