

# **Dossier**

# **Didactique des SES**

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

---

*Loundou Médard*

*(Lycée Jean Giraudoux)*

*Gugger Sylvain*

*(Lycée Maurice Genevoix)*

---

**Version enseignant**

## 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

## Introduction

### 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](https://www.leboncoin.fr).

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

Plutôt une voiture de bonne marque, vecteur d'un certain prestige social, possibilité d'évoquer le cours de seconde pour ceux l'ayant eu.

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

Non, le prix est clairement trop bas pour ce type de voiture, cela peut cacher quelque chose.

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

Non, le prix peut ne pas refléter la qualité du produit par exemple.

Le marché peut souffrir d'imperfections qui remettent en cause sa dimension concurrentielle. Mais le marché peut également connaître certaines défaillances qui peuvent engendrer des situations de rationnement ou son absence, ainsi qu'une modification de l'allocation des ressources. Quelles sont ces principales défaillances du marché?

**I. Une information imparfaite peut-elle remettre en cause le fonctionnement du marché concurrentiel?**

L'information n'est pas toujours parfaite, c'est-à-dire que les agents économiques n'ont pas forcément connaissance de l'ensemble des données disponibles sur ce marché. **Si certains agents économiques ont une meilleure information que d'autres agents économiques présents sur le marché, alors nous parlerons d'asymétrie d'information.**

**A. Les asymétries d'information peuvent-elles être à la base de l'absence d'un marché?**

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.**

Parce que l'information n'est pas parfaite. Il n'accède peut être pas au dossier médicaux, il n'y a peut être pas de statistiques plus poussées sur la population, les assurés mentent sur leur état de santé, etc.

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

Le groupe des “bons risques” va refuser de souscrire le contrat, car le prix sera trop élevé par rapport à leur état de santé. Tandis que le groupe des mauvais risques va s’empresse de signer étant donné qu’il est bien plus avantageux que s’ils avaient dû payer le prix réel d’un contrat qui aurait été fonction de leur état de santé.

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

Lorsqu’un agent économique est amené à prendre une décision contraire à ce qu’il visait comme objectif initial du fait d’une information imparfaite, on parlera alors de sélection adverse.

Ici, l’assureur ne connaît pas l’état de santé des assurés potentiels. Et en voulant pratiquer un prix moyen, afin de pouvoir assurer tout le monde, y compris le groupe des “bons risques”, l’assureur n’assure plus que le groupe des “mauvais risques” puisque ce contrat est devenu avantageux pour eux, mais ne l’est plus pour le groupe des “bons risques”.

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

L’assureur n’a pas connaissance de l’état de santé de ses éventuels assurés. Il s’agit donc d’une asymétrie d’information. Ne pouvant proposer des tarifs différenciés, il pratique dès lors un prix moyen. Celui-ci convient aux personnes ayant un risque fort puisqu’il leur permet d’obtenir des montants importants sans déboursier de sommes trop importantes en cotisations. Mais il ne convient pas aux personnes ayant un risque faible, parce qu’ils estiment qu’ils payeraient bien plus que ce qu’ils pourraient recevoir.

Dans la mesure où le prix moyen est trop élevé, seuls les plus risqués vont donc souscrire ce contrat. L’assureur aura ainsi sélectionné ceux qu’il aurait préféré ne pas avoir comme assurés, sans avoir recruté ceux qu’il aurait préféré avoir. Il s’agit ici d’un phénomène de sélection adverse. Dans cette situation, les pertes causées par les personnes à risques ne seraient pas compensées par leurs cotisations rendues inférieures grâce au prix moyen, ni par les cotisations des personnes à faible risque dans la mesure où elles n’ont pas souscrit à ce contrat.

De plus, si l’assureur baisse les prix, les nouveaux tarifs s’appliqueront à tous, et l’ensemble des cotisations ne permettra pas de compenser les pertes là non plus, malgré un recrutement élargi au groupe des “bons risques”. Enfin, s’il augmente les tarifs, personne n’y souscrira.

L’absence d’information parfaite pour l’assureur le conduit donc à ne pas proposer son contrat. Il n’y a dès lors pas de marché.

**B. Une situation de rationnement du marché peut-elle être causée par des asymétries d'information?**

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.***

Le bonus, du système bonus/malus, est garanti à vie après 10 ans d'ancienneté dans l'assurance sans accidents.

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

Que les individus, une fois le bonus acquis, ne fassent plus autant attention, et adoptent ainsi plus facilement des conduites à risques.

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

L'assureur ne connaît pas, au contraire de l'assuré, le comportement que celui-ci peut être amené à avoir une fois le bonus à vie obtenu.

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

L'aléa moral est ce phénomène où un assuré va augmenter sa prise de risque suite à la signature d'un contrat d'assurance ou au gain d'un bonus à vie, car cela diminue ses incitations à prendre garde.

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

L'assureur, au contraire des assurés, ne connaît pas le comportement des assurés potentiels, il s'agit donc d'une asymétrie d'information en défaveur de l'assureur. De plus, celui-ci sera différent avant, et après, la signature du contrat ou l'obtention d'un bonus à vie. En effet, la personne non-assurée sera plus vigilante qu'une personne déjà assurée, étant donné qu'elle portera seule la charge d'un accident éventuel. En changeant de comportement après la signature du contrat, il est possible que la personne adopte plus facilement une conduite à risques. Ce qui fera augmenter les accidents, et donc les pertes pour l'entreprise. Ce qui va l'amener à augmenter les prix de ses contrats pour compenser ces pertes. Or, en augmentant les prix, le prix effectif va dévier du prix d'équilibre, et ainsi déséquilibrer les quantités offertes et demandées, provoquant par là même une situation de rationnement.

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.**

<i>Situation</i>	<i>Asymétrie d'information</i>	<i>Sélection adverse ou aléa moral?</i>	<i>Conséquences</i>
Marché des voitures d'occasion	Les acheteurs ne connaissent pas l'état réel des voitures.	Sélection adverse	Les individus estiment un prix moyen, les mauvaises voitures valent moins chers mais seront vendues plus cher. Les bonnes voitures vaudront plus chers mais seront vendues moins chers. Seules les mauvaises voitures seront donc proposées.
Marché du travail	Le recruteur ne connaît pas le degré de motivation réel des postulants.	Aléa moral	Le recruteur va embaucher quelqu'un par un contrat, cet individu va donc pouvoir adopter un comportement moins productif que ce qu'il avait annoncé au départ.

**II. Comment lutter contre les asymétries d'information?**

Afin de retourner à l'équilibre, il serait possible de lutter contre ces asymétries d'information en ayant recours à des mécanismes qui rééquilibrent les informations dont disposent les acheteurs et les vendeurs.

**A. Quelle est la fonction des comparateurs de prix?**

### 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.

Choix du carburant

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

Localisation

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

Chercher

qui est le moins cher.com

**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 \***

Enseigne	Écart moyen
Casino	16,4% + cher que E. Leclerc
Carrefour market	12,9% + cher que E. Leclerc
SIMPLY	12,4% + cher que E. Leclerc
COOP	7,9% + cher que E. Leclerc
Auchan	7,3% + cher que E. Leclerc

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

Un comparateur de prix est un outil qui référence le prix de divers biens et services afin de mesurer les écarts de prix pratiqués entre les différents offreurs.

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

- *...pour les vendeurs?*

Les vendeurs cherchent à accroître leur clientèle en proposant des prix plus bas que leurs concurrents, ils servent donc de vitrine publicitaire.

- **...pour les acheteurs?**

Les consommateurs cherchent à acheter le moins cher possible. Il est donc un instrument qui leur permet de s'informer à moindre coût.

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

Le comparateur de prix des carburants relève des pouvoirs publics, tandis que l'autre comparateur de prix dépend d'une grande surface.

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

Les comparateurs de prix peuvent être soumis aux conflits d'intérêts, et leur fiabilité n'est donc pas garantie. En effet, si le comparateur de prix offre une vitrine publicitaire pour un vendeur, celui-ci aura peut-être tendance à s'arranger pour qu'il lui soit plutôt favorable à lui qu'à ses concurrents. De plus, certains peuvent omettre volontairement, ou involontairement, certaines informations.

**B. Quel est le rôle des agences de notation?**

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

Le risque de crédit mesure la probabilité qu'un emprunteur ne rembourse pas tout ou partie de son crédit. Or, le taux d'intérêt est fonction de ce risque de crédit. Donc, si la note d'une agence de notation informe sur le risque qu'un agent économique n'honore pas ses dettes, alors dans ce cas, plus la note sera basse, plus le risque sera élevé. Et plus le risque est élevé, plus le taux d'intérêt sera lui-même élevé en conséquence.

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

Les agences de notation cherchent à informer les agents économiques de la sûreté d'un titre financier, donc à mesurer les risques financiers.

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

Les agences de notation sont soumises à un problème de conflit d'intérêt. Elles doivent noter ceux qui les payent. En délivrant des informations négatives, elles s'exposent donc à perdre certains de leurs clients qui vont se tourner vers leurs concurrents. Or, elles dépendent à 90% des financements des sociétés qu'elles évaluent. Elles sont donc incitées à biaiser leurs informations afin de ne pas faire faillite.

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

Les rendre publiques, et internationales par exemple (faire attention quelles ne servent pas l'intérêt de certains). Ou privée mais avec des financements publiques. Ou légiférer pour leur interdire de recevoir des financements des agents qu'elles notent. Etc.

**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. x
- b. L'homogénéité du produit. x
- c. La transparence du marché. ✓
- d. La fluidité du marché. x

**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. x
- d. Causées par des problèmes d'aléas moraux. x

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

- a. Ils renforcent les asymétries d'information initiales. x
- b. Ils sont inefficaces. x
- c. Ils sont trop coûteux. x
- 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. x
- c. De rechercher le retour à l'équilibre. ✓
- d. De faire diminuer les taux d'intérêt. x

### 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?

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.**

Non, car s'il n'y a pas de conflits armés, l'entreprise n'enregistrera pas de profit. De plus, personne n'accepterait de payer en sachant que d'autres payeront à leur place.

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

L'Etat est en mesure d'intervenir lorsque le marché est incapable de prendre en charge certains types de biens ou services, car il est le seul à pouvoir financer ce type de bien via l'impôt.

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

- ... la rivalité? Définir.

C'est le fait que la consommation d'un bien ou d'un service d'un agent économique interdise la consommation de ce bien ou de ce service à d'autres agents économiques.

- ... l'exclusion? Définir.

Il s'agit de la possibilité de filtrer les agents économiques pouvant accéder à la consommation d'un bien ou d'un service spécifique.

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

	<b>Rivalité</b>	<b>Non-rivalité</b>
<b>Exclusion</b>	Une pomme, une coupe de cheveux, etc.	Film dans un cinéma, musique en téléchargement, etc.
<b>Non-exclusion</b>	Circulation sur une route nationale, pêche dans un lac, etc.	Défense nationale, un phare en haute mer, etc.

Un bien collectif est donc non-excluable et non-rival, dans la mesure où il n'est pas possible d'en restreindre sa consommation à certains agents économiques (non-excluable), et sa consommation ne nuit pas à la consommation des autres agents économiques (non-rival). Le marché est donc défaillant à prendre en charge les biens collectifs. Et s'il cherchait tout de même à les produire, alors les quantités offertes et demandées ne seraient pas identiques. L'allocation des ressources ne serait dès lors pas optimale.

### B. En quoi les externalités sont-elles une défaillance du marché?

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.**

L'influence est plutôt négative sur l'économie de la ville dans la mesure où ces algues nuisent à l'industrie du tourisme. De plus, le cadre de vie s'en retrouve détérioré. Effectivement, les algues gâchent le paysage et empêchent la baignade.

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

Ce sont les agriculteurs qui, pratiquant l'agriculture intensive, polluent les sols avec des engrais provoquant un excès de nitrate qui permet la prolifération des algues lorsque les eaux de ruissellement les conduisent en bord de mer.

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

Non, les agriculteurs ne payent pas les conséquences de leurs actions. Ce sont les contribuables, via les impôts des pouvoirs publics, qui financent les actions de nettoyage de la plage.

**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.

Là encore les externalités témoignent d'une défaillance du marché, car l'ensemble des coûts ou des gains issus de la production ou de la consommation d'un bien ou d'un service ne sont pas pris en compte dans l'échange marchand.

# TD : La pollution comme externalité

(Version enseignante - Méthodologie basée sur le manuel Belin 2015)

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

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

Année	Emission de CO <sub>2</sub> (milliers de tonnes)	Indice
1990	39876,99	100
1995	39848,06	<u>99,93</u>
2000	<u>41507,93</u>	104,09
2005	42574,07	<u>106,76</u>
2010	<u>39107,55</u>	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 est permis 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.

$$\text{Indice } y = \frac{\text{Valeur de } y}{\text{Valeur de base}} \times 100$$

### 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.

$$\text{Indice} - 100 = \text{Taux de variation}$$

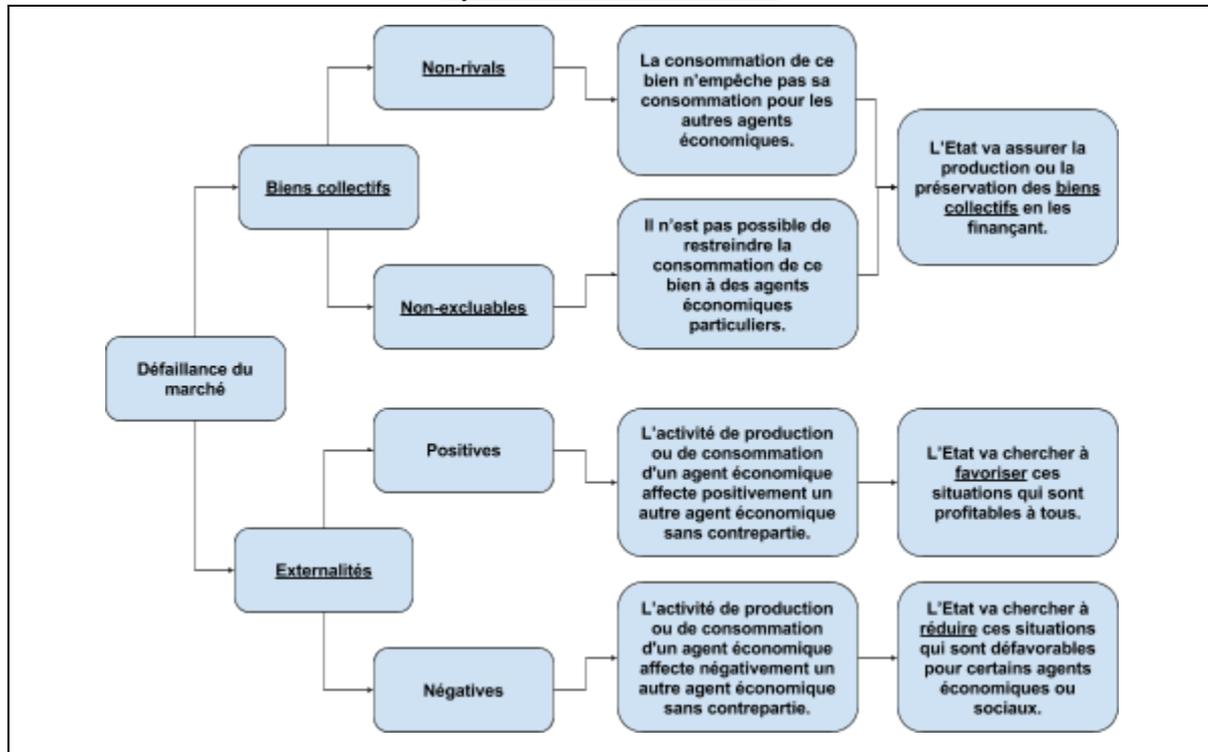
$$\frac{\text{Indice}}{100} = \text{Coefficient multiplicateur}$$

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 asymétries d'information, quelles prennent la forme de sélection adverse ou d'aléa moral, ainsi que les biens collectifs et les externalités, sont des défaillances majeures du marché. Elles modifient l'allocation des ressources, de telle sorte que celle-ci n'est plus optimale, ce qui cause des situations de rationnement. Toutefois, il est possible de mettre en place des instruments pour pallier à ces défaillances. Concernant les asymétries d'information, l'action principale mise en place est 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 conflits d'intérêt qui limitent leur portée. Tandis que pour lutter contre les problèmes que posent au marché les biens collectifs et les externalités, il est traditionnellement fait appel aux pouvoirs publics. L'Etat va en effet prendre en charge les biens collectifs et chercher à réduire les externalités négatives, ou au contraire à accroître les externalités positives.

## 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 profiteur, 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

Piste possible de correction :

I - Le marché n'est pas en mesure de prendre efficacement en charge les biens collectifs.

A/ Le marché peut avoir du mal à s'occuper de certains services publics.

B/ La gestion par le marché de certaines ressources peut conduire à leur épuisement...

II - Des externalités peuvent être produites par le fonctionnement du marché.

A/ ...et cet épuisement des ressources peut également être une externalité négative pour d'autres secteurs économiques.

B/ Certaines externalités peuvent avoir une incidence au-delà de la seule sphère économique.