

Chapitre 2 – Les défaillances du marché et de l'Etat

Notions :

- Les défaillances des marchés
- Les asymétries d'information, les externalités, les biens publics
- Les défaillances de l'Etat.

1. Les défaillances de marché

1.1. L'asymétrie d'information

Imaginez un marché où l'un des acteurs détient plus d'informations que l'autre sur le bien ou le service échangé. C'est ce que l'on appelle **l'asymétrie d'information, une situation qui peut entraîner des déséquilibres et des dysfonctionnements sur le marché.**

Conséquences de l'asymétrie d'information :

- **Prix biaisés** : Le prix fixé ne reflète pas la valeur réelle du bien ou du service, car l'une des parties n'a pas accès à toutes les informations nécessaires pour prendre une décision éclairée.
- **Insatisfaction des consommateurs** : En cas de prix gonflés ou de produits de qualité inférieure, les consommateurs se sentent lésés et le marché perd sa confiance.
- **Dégradation de la concurrence** : Les entreprises qui détiennent plus d'informations peuvent en abuser pour tirer un avantage injuste sur leurs concurrents.

Exemples d'asymétrie d'information :

- Faux avis de consommateurs sur Internet : Des avis positifs ou négatifs fabriqués de toutes pièces peuvent influencer les décisions d'achat des consommateurs.
- Dénigrement entre entreprises : Des campagnes de diffamation peuvent nuire à la réputation d'une entreprise et lui faire perdre des clients.
- Information incomplète sur la provenance des produits : Les consommateurs ne savent pas toujours d'où viennent les produits qu'ils achètent, ce qui peut poser des problèmes de qualité ou de sécurité.

Face à ces situations, l'État joue un rôle crucial en mettant en place des mesures pour rééquilibrer le niveau d'information entre les acteurs du marché.

- Réglementation et normes : L'État peut fixer des règles et des obligations pour obliger les entreprises à fournir des informations claires et transparentes sur leurs produits et services.
- Labels et certifications : La mise en place de labels et de certifications permet de garantir la qualité des produits et de guider les consommateurs dans leurs choix.
- Campagnes d'information et d'éducation : L'État peut sensibiliser les consommateurs aux risques liés à l'asymétrie d'information et leur donner des outils pour prendre des décisions éclairées.

1.2. La concurrence imparfaite

La concurrence imparfaite désigne une situation dans laquelle les entreprises ont trop de pouvoir sur les marchés, les empêchant de fonctionner efficacement et nuisant aux agents économiques. Les pratiques anticoncurrentielles des entreprises, qui faussent le jeu de la concurrence, prennent diverses formes :

- ententes (par exemple une entente sur les prix) ;
- abus de position dominante sur un marché (par exemple une fusion d'entreprises qui réduit l'intensité de la concurrence).

Pour corriger la concurrence imparfaite, des politiques de concurrence sont mises en place, soit en France par l'Autorité de la concurrence, soit au niveau européen par la Commission européenne. Elles visent à restaurer l'intensité concurrentielle en luttant contre les entraves à la concurrence en sanctionnant les pratiques anticoncurrentielles et en régulant les marchés.

1.3. Le cas des externalités

Les externalités sont des conséquences positives ou négatives que l'activité d'un acteur économique entraîne sur d'autres acteurs sans contrepartie monétaire.

Ces effets peuvent être négatifs et on parle là **d'externalités négatives**. Cela veut dire que la consommation de certains biens et services peut avoir des effets défavorables sur le reste de la population.

Exemple : un fumeur qui achète un paquet de cigarettes va polluer son entourage donc créer un dommage. Qui devra payer pour ces dommages ?

Il existe aussi **des externalités positives**. Cela veut dire que la consommation de certains biens et services peut avoir des effets favorables sur le reste de la population.

Exemple : l'école est un service à externalités positives : elle est censée augmenter la qualification de la main-d'œuvre donc cela favorise la productivité (source de toutes richesses) et donc enrichit la société.

Problématique :

En présence d'une externalité positive, l'agent qui en est à l'origine ne perçoit rien pour l'avoir produite et celui qui en bénéficie n'a rien à payer.

Lorsque l'externalité est négative, l'agent qui en est à l'origine ne doit pas dédommager celui qui en est

L'intervention de l'État s'avère indispensable pour corriger cette défaillance du marché de façon à internaliser les coûts et les avantages liés à ces phénomènes par la réglementation et la fiscalité.

L'État va alors corriger ces défaillances. Ainsi, pour certaines **externalités positives**, il va accorder des **subventions**, tandis qu'il va **taxer** (taxe carbone etc.), **réglementer** des activités (consommation de l'alcool au volant) qui génèrent des **externalités négatives**.

1.4. Le cas des biens publics

Ce sont des **biens pouvant être utilisés simultanément par plusieurs citoyens sans que la consommation de l'un n'empiète sur celle de l'autre**. Il finance ces biens et services publics dans le but de satisfaire l'intérêt général. Cela par le biais de prélèvement obligatoire.

Les biens publics ont 2 caractéristiques :

- **Non-rivalité** : un bien n'appartient à personne et leur consommation par un usager n'entraîne aucune réduction de la consommation par d'autres usagers.
- **Non exclusif** : il est impossible d'exclure un acteur de la consommation de ce bien et de faire payer ce bien.

	Rivalité	Non-rivalité
Exclusion	Bien privé	Bien de club
Non-exclusion	Bien commun	Bien public

Un bien collectif est donc un bien que personne n'a intérêt à produire, il ne serait pas rentable puisqu'on ne **pourrait faire payer pour son utilisation** (exemple : un feu d'artifice, un lampadaire...). Ce phénomène est connu sous le nom de « **passager clandestin** ».

De plus, Le fait de profiter de ce bien le laisse disponible pour les autres personnes. Il devrait donc être payé par le premier utilisateur et laissé gratuit pour les autres. Dans le cadre d'une économie de marché, **personne ne va accepter de payer pour les autres**.

L'État devra donc intervenir pour financer ce bien collectif et en **imposer le paiement** aux contribuables, faute de quoi ce bien n'existerait pas.

✓ **Stop à la théorie, place à la simulation ! Testez vos connaissances et préparez-vous au vrai défi avec nos études de cas (Site – Boutique – Economie).**

2. Les défaillances de l'État

Les interventions de l'État sont donc nécessaires pour apporter des solutions aux défaillances des marchés. Cependant, l'économie peut également être confrontée à des dysfonctionnements de l'action publique.

- Influence des lobbies et décisions qui servent des intérêts privés comme la recherche de pouvoir, un objectif de réélection, la satisfaction d'acteurs locaux (cas du chlordécone aux Antilles) ;
- Manque de coordination entre les décideurs. Ex: phénomène de passager clandestin dans le cas du changement climatique
- Inefficacité de l'action publique à cause d'un changement de contexte, d'une décision erronée due à une erreur d'appréciation, etc.
- La bureaucratie : complexité des procédures administratives
- La corruption : désigne le fait pour une personne investie d'une fonction de solliciter, d'accepter un don ou un avantage quelconque en vue d'accomplir, ou de s'abstenir d'accomplir, un acte entrant dans ses fonctions. Exemple : affaire des écoutes – Nicolas Sarkozy.

✓ **Vous avez compris les bases. Maintenant, prouvez-le !** Un set d'exercices corrigés vous attend pour une révision complète (Site – Boutique – Economie).