

## ÉLÉMENTS DE CORRIGE DE LA COMPOSITION SUR DOSSIER « LES ASYMETRIES D'INFORMATION »

### I. Introduction pédagogique

#### **a-Situation du sujet par rapport au programme**

Programme de première, partie « Science économique »

Thème 3. **La coordination par le marché**

Sous-thème 3.4 **Quelles sont les principales défaillances du marché ?**

Notions : **Asymétries d'information**, externalités, biens collectifs

Indications complémentaires

On montrera **qu'en situation d'information asymétrique, on constate l'existence d'équilibres avec rationnement voire l'absence de marché** (marché des voitures d'occasion, marchés des professionnels de santé et des avocats, marché de l'assurance, etc.). Les **diverses manières de produire et de diffuser de l'information** - labellisation, publicité, comparateurs de prix, magazines de consommateurs, etc. - pourront être évoquées, de même que la **réglementation publique sur l'information**. [...]

#### **b-acquis des élèves**

-connaissances du marché de concurrence parfaite et imparfaite

-notion de « défaillance de marché » éventuellement explorée en seconde dans la 3<sup>ème</sup> partie « Marchés et prix », thème (non obligatoire) « comment remédier aux limites du marché ? »

Suppose que le professeur devra s'assurer de ce qui est su par les élèves

#### **c. Situation du thème dans la progression globale de l'année**

On consacre environ 20 heures au traitement du thème 3 « la coordination par le marché », réparti en 4 séquences d'environ 5 heures. La séance sur les asymétries d'information sera traitée avec le dernier sous-thème « quelles sont les principales défaillances de marché ? ».

Plus globalement, noter que ce sous-thème permet d'initier les élèves à des notions mobilisables :

-dans le programme de terminale :

- Dans la partie « **Regards croisés** », le thème 2. « **Travail, emploi, chômage** », sous-thème 2.1 **Comment s'articulent marché du travail et organisation dans la gestion de l'emploi ?** »

où on évoque le relâchement des hypothèses de base du marché, notamment l'hypothèse d'information parfaite et l'analyse de la formation des salaires qui en résulte en terme d'efficience.

- Dans l'enseignement de spécialité d'économie approfondie dans le thème 3 « Instabilité financière et régulation », sous-thème 3.2 « **Comment expliquer les crises financières et réguler le système financier ?** » où on présente la notion d'aléa moral et les instruments susceptibles d'y faire face.

#### **d. Problématique et objectifs de la séquence**

La séquence intitulée « **les asymétries d'information, une défaillance de marché** »

- a pour **problématique d'ensemble** de montrer comment la prise en compte de l'imperfection de l'information permet d'appréhender le fonctionnement non optimal de certains marchés.
- se structure autour des **objectifs de savoirs et savoir-faire** suivants :
  - Montrer en quoi les asymétries d'information constituent une défaillance de marché
  - Montrer les diverses manières de corriger ces défaillances
  - Montrer que ces phénomènes sont éclairés par des analyses théoriques qui renouvellent les approches néoclassiques du marché
  - Enrichir la compréhension du raisonnement et des méthodes des économistes
  - Poursuivre la préparation méthodologique aux épreuves du baccalauréat

*A noter que le programme est davantage orienté sur les questions d'anti sélection (sans que la notion ne soit explicitement dans le programme) que sur les questions d'aléa moral.*

#### **Notions que les élèves devront connaître et savoir utiliser :**

Défaillance de marché, asymétries d'information, relation d'agence, aléa moral, anti sélection (sélection adverse), rationnement, signalement, labellisation,

#### **Mécanismes que les élèves devront connaître et savoir utiliser :**

- la relation asymétrie informationnelle → opportunisme ex ante → anti sélection
- la relation asymétrie informationnelle → opportunisme ex post → aléa moral

#### **Objectifs de savoir-faire :**

- savoir-faire quantitatif :
- savoir-faire en relation avec les compétences attendues au baccalauréat :
  - capacité à élaborer une problématique et à construire une argumentation
  - capacité de mobilisation de connaissances et d'analyse des documents.

#### **e. Articulation cours/TD/ Évaluation**

La séance de cours permettra de montrer que l'information sur les marchés est asymétrique, que cela conduit à une situation non-optimale, et les différentes solutions pour rétablir le fonctionnement des marchés.

Une séance de travaux dirigés en aval permettra de remobiliser les connaissances acquises pendant le cours sur les solutions qui permettent de pallier les défaillances du marché, et de les mettre en œuvre dans le cadre d'un raisonnement construit. Elle contribue aussi à préparer progressivement les élèves aux épreuves du baccalauréat.

L'évaluation visera à évaluer les acquis des élèves au cours de ces deux séances.

#### **f. Composition du dossier documentaire**

### **II. Proposition de cours**

#### **Préalable pédagogique :**

Un dossier documentaire est fourni préalablement aux élèves : il indique le plan du cours et fournit les documents à préparer accompagnés des questions pour les guider. Ce travail est un préalable pour susciter le questionnement des élèves, les rendre actifs dans leur apprentissage, favoriser leur autonomie dans l'étude des documents. Il s'agit aussi d'un gain de temps. Les extraits de texte qui pourraient présenter des difficultés peuvent être repris en classe pour en vérifier la bonne compréhension par les élèves.

#### **Introduction :**

Projet de démonstration : L'asymétrie d'information rend les marchés imparfaits, ce qui conduit à rechercher des solutions passant par l'Etat mais aussi par le marché lui-même.

Dans la mesure où le modèle de concurrence pure et parfaite aura été présenté dans les séquences précédentes en relation avec la démarche de modélisation de l'économiste (conformément aux indications liminaires du programme de première indiquant les « démarches, savoirs et savoir-

faire généraux pour le cycle terminal » ; « la démarche de l'économiste »), on pourra à l'occasion montrer la complexification du modèle liée à l'introduction de l'hypothèse d'information imparfaite.

**Remarque : le rapport du jury 2011 insiste sur le fait qu'une introduction au cours doit être entièrement rédigée.**

## I. L'INFORMATION SUR LES MARCHES EST LE PLUS SOUVENT IMPARFAITE

### A. L'imperfection de l'information sur les marchés

**Extrait du document 2 :** texte de Olivier Bouba-Olga

Quatre raisons principales justifient l'hypothèse d'information imparfaite :

- même si elle existe, l'information disponible peut ne pas être crédible. Pensons à la faillite récente du groupe Enron, dont l'exemple est analysé plus loin, qui a conduit nombre d'acteurs du marché à s'interroger sur la crédibilité des informations délivrées par les entreprises ;
- la recherche de l'information est chère, ce coût pouvant parfois être prohibitif. Par exemple, si je souhaite acheter une baguette de pain, je ne vais pas démarcher l'ensemble des boulangers pour connaître celui pratiquant les prix les plus faibles ou le pain de meilleure qualité, le coût en temps et en transport étant par trop élevé ;
- la mémoire humaine est limitée, il est impossible de « stocker » l'ensemble des informations pertinentes sur les prix et les caractéristiques des produits, cela d'autant plus que les produits sont complexes. Les stratégies de différenciation des firmes visent d'ailleurs à rendre très difficile la comparaison des produits, afin que chaque entreprise se trouve en quelque sorte en situation de « monopole localisé » sur son produit ;
- au-delà du problème de la mémorisation, les individus privilégient le traitement d'un sous-ensemble de l'information disponible plutôt que le traitement de l'ensemble de l'information, car leurs capacités cognitives sont limitées. [...]

Information imparfaite, donc, mais information également asymétrique. [...]. C'est lorsqu'un des individus en sait plus que l'autre [...] que des problèmes d'opportunisme vont apparaître, l'opportunisme étant un comportement qui consiste à faire évoluer à son avantage les termes d'un contrat.[...]

Olivier BOUBA-OLGA, *L'économie de l'entreprise*, Points Seuil 2003, pp 38-41

**Extrait du document 1 :** texte de Stiglitz, Nobel d'économie en 2001 avec Akerlof et Spence pour leurs travaux sur l'impact des asymétries d'information sur le fonctionnement des marchés

L'information a de la valeur. Les individus sont prêts à payer pour l'obtenir. De ce point de vue, on peut considérer que l'information est un bien comme un autre. Il existe un marché de l'information, avec un prix, tout comme il existe un marché du travail et un marché du capital.

D'ailleurs, on qualifie parfois l'économie actuelle d'économie de l'information. Chaque année, les investisseurs dépensent des millions de dollars pour acheter des revues spécialisées qui leur fournissent des informations sur les actions, les obligations ou toute autre occasion d'investissement. Les magazines vendent des informations spécialisées sur des centaines de biens. L'une des principales conséquences de la croissance de l'Internet a été de diminuer le coût de toutes les catégories d'information.[...]

Même lorsque les entreprises ou les consommateurs ont acheté toutes les informations qui, selon eux, méritaient de l'être, ils sont encore loin d'être parfaitement informés. Certaines informations sont tout simplement trop coûteuses à obtenir par rapport aux avantages qu'elles procurent. L'imperfection de l'information est une réalité de chaque jour. [...]

Joseph E. Stiglitz, Carl E. Walsh, Jean-Dominique Lafay, *Principes d'économie moderne*, De Boeck

**Extrait du document 4** (l'exemple du marché des soins médicaux de Arrow, auteur d'un article fondateur en 1963 sur les asymétries d'information appliquée à l'économie de la santé et de l'assurance)

[...] L'incertitude sur la qualité du produit est peut-être ici plus grande que pour n'importe quelle autre marchandise importante. La guérison est aussi imprévisible que l'apparition de la maladie. Pour la plupart des marchandises, il existe une possibilité effective d'apprentissage par sa propre expérience ou par celle des autres parce qu'il y a un nombre suffisant d'essais. Dans le cas d'une maladie grave, ce n'est en général pas vrai ; l'incertitude due à l'inexpérience s'ajoute à la difficulté intrinsèque d'une prévision. En outre, le niveau d'incertitude, mesuré par la variabilité possible de l'utilité, est certainement plus important pour les soins médicaux des maladies graves que pour, disons, les maisons ou les automobiles, même si celles-ci donnent lieu aussi à des dépenses suffisamment peu fréquentes pour qu'il puisse y avoir une incertitude résiduelle considérable. En outre, cette incertitude particulière est très différente des deux côtés de la transaction. Parce que le savoir médical est si compliqué, l'information que possèdent les médecins quant aux possibilités et aux conséquences du traitement est nécessairement beaucoup plus grande que celle du patient, ou c'est du moins ce que croient les deux parties. Celles-ci sont d'ailleurs conscientes de cette inégalité d'information et leur relation en est affectée.

Kenneth J. Arrow, *Théorie de l'information et des organisations*, Dunod, 2000, pages 119 à 121

-*Qu'est-ce qu'une information imparfaite ?*

-*quelle condition de la concurrence parfaite cette hypothèse met-elle en cause ?*

-*quels en sont les facteurs ?*

-*montrer que le marché de la santé est caractérisé par une information imparfaite.*

-*A quel type de comportement conduit cette situation ?*

### Une information imparfaite et asymétrique

L'information est imparfaite -les agents n'ont pas accès à toute l'information disponible et nécessaire pour réaliser leurs transactions- et elle est asymétrique -les agents n'ont pas le même niveau d'information.

Cette prise en compte de l'imperfection de l'information vient renouveler le modèle de concurrence parfaite en relâchant une des 5 conditions du modèle, la transparence de l'information.

### Les facteurs de l'information imparfaite

-le coût de l'information (d'autant plus élevé que l'information est rare) rend difficile l'accès à une information fiable

-la rationalité limitée (ou procédurale) des individus, dont les capacités cognitives ne permettent de traiter qu'une partie de l'information, en s'arrêtant à la première solution satisfaisante (travaux de Herbert Simon).

-le contexte d'incertitude (Knight 1921 *Risk, Uncertainty and Profit*)

Cette situation conduit à des comportements opportunistes d'agents qui cherchent à tirer un avantage de l'information qu'ils détiennent.

### **B. l'asymétrie de l'information conduit à des problèmes d'agence**

**Extrait du document 2** : texte de Olivier Bouba-Olga

Les relations d'agence débouchent sur des problèmes d'agence lorsque l'information est imparfaite - on ne dispose pas de l'ensemble de l'information pertinente - et asymétrique - l'un en sait plus que l'autre, la voie des comportements opportunistes étant dès lors ouverte.[...]

De manière plus précise, on distingue l'opportunisme ex ante de l'opportunisme ex post. L'opportunisme ex ante se produit lorsqu'il y a tricherie avant la passation du contrat (un candidat à un poste transmet un CV trafiqué pour se faire embaucher). Se pose alors un problème de sélection adverse (ou antisélection) : le principal, n'ayant pas toute l'information, peut faire un mauvais choix. [...]

L'opportunisme ex post se produit lorsqu'il y a tricherie après la passation du contrat. Il en découle un problème qualifié d'aléa moral, qui signifie que l'agent peut ne pas respecter, après passation du contrat, les termes de celui-ci. Ces problèmes d'« aléa moral » se posent notamment dans le cas des relations assureur-assuré : comment être certain qu'un individu ayant contracté une assurance ne va pas ensuite se comporter de manière imprudente, sachant qu'il est couvert? [...]

Olivier BOUBA-OLGA, *L'économie de l'entreprise*, Points Seuil 2003, pp 38-41

*-Expliquer en quoi les deux formes d'opportunisme conduisent à des problèmes d'agence*

M. JENSEN ET W. MECKLING 1976 vont s'appuyer sur les asymétries d'information pour analyser les relations qui se jouent entre les actionnaire et les managers (prolongeant ainsi les travaux de Berle et Means, de Baumol, de Williamson), les théorisant au travers du modèle « principal-agent », une relation d'agence étant définie comme « un contrat par lequel une ou plusieurs personnes (le principal) engage une autre personne (l'agent) pour exécuter en son nom une tâche quelconque qui implique une délégation d'un certain pouvoir de décision à l'agent ».

Les asymétries d'information vont conduire à deux types de « problèmes d'agence » :

1-la **sélection adverse** (ou anti sélection) découle d'un opportunisme ex ante, cad d'un comportement tricheur avant passation du contrat : dans ce cas l'agent possède des caractéristiques que le principal ne connaît pas (cas de la relation employeur-salarié dans le cadre d'une embauche)

2-l'**aléa moral** découle d'un opportunisme ex post, cad une fois le contrat passé : dans ce cas un agent adopte un comportement inapproprié du point de vue du principal (cas de la relation assureur-assuré lorsque l'assuré adopte une conduite imprudente sachant qu'il est couvert en cas de sinistre).

### C. L'asymétrie d'information rend les échanges non-optimaux

**Extrait du document 2** : texte de Olivier Bouba-Olga présentant le texte célèbre de Georges Akerlof « *the market of lemons* »

Ce type de problème a été décrit initialement par G. Akerlof (1970), récent prix Nobel d'économie, précisément pour ses travaux sur les marchés avec asymétrie d'information, dans un article sur le marché des voitures d'occasion. La question initiale est de savoir pourquoi il existe une telle différence de prix entre les voitures neuves et les voitures d'occasion ? Pour y répondre, Akerlof suppose que l'on peut distinguer quatre catégories de véhicules : neufs, d'occasion, en bon état et en mauvais état. Un agent achète une voiture neuve. Au bout de n années, il décide de la revendre. Lui seul sait si cette voiture est bonne ou mauvaise. Sur le marché de l'occasion, cependant, les acheteurs potentiels ne peuvent différencier les bonnes voitures des mauvaises. Supposons qu'un acheteur représentatif estime la proportion de bonnes voitures à 50 %, qu'il soit prêt à dépenser, pour une bonne voiture, la somme de 20 000 euros et pour une mauvaise la somme de 10 000 euros. Dès lors, il sera prêt à payer 15 000 euros (50 % de 20 000 euros + 50 % de 10 000 euros) pour une voiture prise au hasard. Le propriétaire de la bonne voiture ne sera pas incité à la vendre sur le marché de l'occasion, puisqu'il aurait pu espérer toucher 20 000 euros et, à l'inverse, le propriétaire d'une mauvaise voiture y sera fortement incité, puisqu'il touchera 5 000 euros de plus que prévu. De ce fait, seules les mauvaises voitures vont se vendre ou, si les acheteurs potentiels connaissent ce biais, aucun n'ira sur le marché d'occasion qui, dès lors, disparaîtra... [...]

**Extrait du document 5** : texte de J.-D. Lecaillon et J.-M. Le Page

Dans le domaine de l'assurance, faisant face à des demandes de bons conducteurs qui, ayant de faibles risques, exigent un prime d'assurance de 2000 € et à de mauvais conducteurs étant prêts à payer une prime de 4000 €, l'assureur qui proposerait une prime moyenne de 3000 € évincerait les bons conducteurs [...]. Plus encore, en protégeant les mauvais conducteurs, il pourrait conduire ces derniers à relâcher leur attention et à courir plus de risque [...].

Dans le même sens, une compagnie d'assurance-incendie réclamant une forte prime d'assurance, mais garantissant de bonnes indemnisations en cas d'incendie, pourrait inciter un assuré disposant d'une maison nécessitant une restauration importante, à mettre lui-même le feu, anticipant que les indemnisations obtenues seront supérieures aux sommes qu'il aurait dû verser pour restaurer lui-même sa maison !

J.-D. Lecaillon et J.-M. Le Page, *Économie contemporaine*, De Boeck, 2008, p.111-112

**Extrait du document 3 : texte de Olivier DE BANDT**

Enfin, un dernier facteur à l'origine du risque systémique est l'existence d'asymétries d'information entre les emprunteurs et les prêteurs. Ces derniers sont victimes à la fois d'une incertitude, ex ante, sur les qualités des premiers (solvabilité, prudence, etc.) et, ex post, d'une incapacité à observer leurs comportements une fois le prêt accordé, ce qui favorise « l'aléa moral » et justifie l'introduction de primes de risque pour protéger le prêteur, mais pèse aussi sur les emprunteurs les plus vertueux.

La conséquence de l'incertitude ex ante est notamment « l'anti-sélection », qui conduit au rationnement du crédit ou, comme l'a montré Flannery (1996), à la disparition de certains marchés financiers lorsque les participants sont incertains de la qualité des biens qui sont échangés. C'est ce qui a été observé en septembre 2008 lorsque la faillite de Lehman Brothers a conduit à une perte de confiance généralisée sur le marché interbancaire, les banques préférant conserver leurs liquidités ou les placer auprès des banques centrales à des conditions peu favorables plutôt que de les prêter à leurs correspondants habituels. De même, durant l'été 2007, face aux doutes exprimés sur certains produits structurés, les investisseurs, ne sachant pas distinguer les « bons » produits des « mauvais », ont préféré interrompre leur recours au marché des billets de trésorerie. Le même type d'incertitude est apparu face aux opérations de titrisation des crédits subprimes. L'absence de standardisation des titres de dérivés de crédits négociés sur des marchés non réglementés - marchés de gré à gré - a conduit aussi à des phénomènes de pertes de confiance des opérateurs dans leur contrepartie, comme ce fut le cas lors de la quasi-faillite de Bear Stearns, la faillite de Lehman Brothers et les difficultés d'AIL (Rochet, 2010).

Olivier DE BANDT, « Comment mieux gérer le risque systémique ? », *Comprendre les marchés financiers, Cahiers français*, n° 361, mars-avril 2011, p 69-70

*-A partir des 2 premiers documents indiquer et expliquer le problème d'agence soulevé (sélection adverse/aléa moral).*

*-A quelles conséquences conduisent les asymétries d'information sur les marchés présentés dans les 3 documents*

L'asymétrie d'information conduit au rationnement du marché (quantité échangées moindres qu'en cas situation d'information parfaite), voire à la disparition du marché

-cas du **marché aux voitures d'occasion** d'Akerlof où l'incertitude sur la qualité des voitures proposées (connues du vendeur = l'agent, pas de l'acheteur = le principal) conduit à vendre les voitures à un prix tel que les voitures de bonne qualité ne sont pas proposées : phénomène d'anti sélection qui rationne le marché et à terme le fait disparaître.

-cas du **marché de l'assurance** : même phénomène d'anti sélection lié à l'asymétrie d'information entre l'assuré (l'agent) et le principal (l'assureur) avant la passation du contrat d'assurance, ce qui conduit à terme à la disparition du marché. Après passation du contrat l'assuré peut générer lui-même un sinistre sachant qu'il sera indemnisé : phénomène d'aléa moral qui peut mettre en péril l'activité de l'assureur.



- cas du **rationnement du crédit** : l'offreur (le principal) ne connaît pas le degré de risque de l'emprunteur (l'agent) qui lui le connaît. Les emprunteurs peu risqués considèrent que les taux qui leur sont proposés sont trop élevés et renoncent à emprunter. Il ne reste alors que les emprunteurs les plus risqués ce qui provoque une hausse des taux d'intérêt qui fait fuir les meilleurs risques, ce qui débouche au final sur un rationnement du crédit. Là encore il s'agit d'un phénomène d'antisélection.

Les asymétries d'information ont de nombreux effets pervers : outre l'incitation à proposer des produits de mauvaise qualité, elle conduit au rationnement voire à la disparition du marché  
D'où la notion de défaillance de marché liée à l'imperfection de l'information : le marché ne permet pas une allocation optimale des ressources.

## II. LA PRODUCTION ET LA DIFFUSION DE L'INFORMATION PERMETTENT DE CORRIGER CETTE DEFAILLANCE DES MARCHES

### A. Les solutions sur le marché

[...]Comment réduire ces problèmes : fondamentalement, c'est en effectuant des dépenses de contrôle, d'incitation et (ou) de dédouanement que les agents seront incités à se comporter conformément aux objectifs du principal.

S'agissant du contrôle, dans le cas de la relation médecin-patient, le malade peut consulter plusieurs médecins pour vérifier la fiabilité du premier diagnostic. Sur le marché de l'occasion, l'acheteur potentiel peut solliciter son garagiste habituel pour lui demander son avis d'expert ; un contrôle technique imposé par l'État pourra également réduire l'offre de mauvaises voitures. Dans le cadre de la relation d'emploi, l'opportunisme ex ante sera réduit par la demande de documents certifiés conformes (attestations de diplômes), et par une série d'entretiens ; le risque d'opportunisme ex post conduira à la mise en place d'une pointeuse, à l'embauche de personnel spécifiquement affecté à la surveillance du travail effectué, à la surveillance des mails envoyés, etc.[...]

Les dépenses d'incitation visent le même objectif, mais en préférant la « carotte » au « bâton » : dans le cas de l'assurance automobile, le système de bonus adossé à la prime d'assurance est une incitation à la prudence. Dans le cas de la relation actionnaire-manager, comme dans celui de la relation employeur-employé, le système d'incitation le plus courant consiste à lier la rémunération des individus aux performances de l'entreprise, de telle sorte que les objectifs des différentes parties prenantes convergent. [...]

Autre solution possible : le dédouanement, que l'on qualifie également de stratégie de signalement.

Dans ce cas, ce n'est plus le principal qui agit pour réduire le risque d'opportunisme, mais l'agent qui cherche à démontrer sa bonne foi, sa volonté de ne pas être opportuniste (il sait que le principal redoute un tel comportement). Le candidat à une offre d'emploi se présentera avec ses attestations en poche ainsi qu'avec des lettres de recommandation, le garagiste centralisant la vente de voitures d'occasion proposera une garantie sur les véhicules offerts, le manager convoquera régulièrement les actionnaires et leur fournira un ensemble large d'informations sur la stratégie suivie, l'organisation de la société, etc.

Olivier BOUBA-OLGA, *L'économie de l'entreprise*, Points Seuil 2003, pp 42-45

-Sur quoi cherchent à agir les solutions préconisées pour prévenir les défaillances de marché liées aux asymétries informationnelles ?

-en quoi les solutions proposées ici sont des solutions de marché ?

Les solutions à mettre en œuvre peuvent être distinguées selon qu'elles font face à la sélection adverse ou à l'aléa moral. Ce sont des solutions de marché dans la mesure où elles reposent sur les acteurs des marchés (offreurs ou demandeurs). L'objectif de ces solutions est d'amener les agents à révéler l'information cachée qu'ils détiennent, par des mesures de contrôle ou d'incitation. Dans le cas des solutions de signalement (par la labellisation par exemple), c'est l'agent qui prend l'initiative de mettre l'information à la disposition du principal.

## B. Les solutions réglementaires

**Extrait du document 1** : texte de Stiglitz

Les inefficacités du marché résultant de problèmes d'information peuvent prendre plusieurs formes. Une grande part de la législation sur la protection des consommateurs reflète l'intérêt de l'État pour les problèmes liés à une mauvaise information des consommateurs. Par exemple, aux États-Unis, la loi Wheeler-Lea de 1938 a interdit les pratiques commerciales « trompeuses » et octroyé à la Federal Trade Commission américaine le pouvoir de mettre un terme à toute publicité mensongère. La législation sur la transparence en matière de prêt impose aux prêteurs d'indiquer le taux d'intérêt qu'ils font réellement payer à leurs clients. La législation sur la transparence du conditionnement s'efforce d'éviter que l'étiquetage des produits n'induisse en erreur les consommateurs.

La Securities and Exchange Commission, commission qui réglemente la vente des actions et des obligations, impose aux entreprises qui vendent de tels titres de fournir une quantité considérable d'information. Naturellement, il ne suffit pas de publier l'information, le public doit avoir confiance dans son exactitude. Pour cette raison, les sociétés commerciales doivent faire appel à des entreprises comptables pour expertiser leurs documents financiers.

Joseph E. Stiglitz, Carl E. Walsh, Jean-Dominique Lafay, *Principes d'économie moderne*, De Boeck

**Extrait du document 3** : Olivier DE BANDT,

L'intervention du prêteur en dernier ressort (PDR) vise à restaurer la liquidité du marché, mais son action sera différente selon la nature de la crise systémique et du choc initial. En réponse à des chocs macroéconomiques, il est nécessaire d'alimenter en liquidités le système bancaire ou financier dans son ensemble. Au contraire, en cas de contagion, il faudra envisager une intervention sélective auprès d'institutions ou de marchés particuliers. [...]

Mais l'intervention du PDR est par nature temporaire pour résoudre les problèmes de liquidité, par opposition à l'insolvabilité qui doit être prise en charge par des procédures impliquant des fonds publics (renflouement, ou nationalisation comme dans le cas de Northern Rock). [...]

Ces réponses doivent être complétées ex ante par la mise en place de systèmes de garantie des dépôts, ainsi que la surveillance micro et macroprudentielle. Les autorités doivent par ailleurs veiller à s'affranchir des risques d'aléa moral et fournir les bonnes incitations en matière de gestion des risques (la garantie des dépôts a conduit les caisses d'épargne américaines à prendre encore plus de risques).

C'est pourquoi les banques centrale-suivent une politique « d'ambiguïté constructive » visant ne pas créer les conditions d'une intervention automatique en faveur du système financier.

Olivier DE BANDT, « Comment mieux gérer le risque systémique ? », *Comprendre les marchés financiers, Cahiers français*, n° 361, mars-avril 2011, p 69-70

### Extrait du rapport Jégo, document 5

[...] Depuis 1992, l'Union européenne a mis en place une réglementation relative à la protection des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles et denrées alimentaires. Ces deux protections s'appliquent à des produits originaires d'un pays, d'une région ou d'un lieu déterminé. Dans le cas des appellations d'origine, les biens concernés ont « une qualité ou des caractères dus essentiellement ou exclusivement au milieu géographique comprenant les facteurs naturels et humains » et leur « production, leur transformation et leur élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée ». En ce qui concerne les indications géographiques, les produits bénéficiaires ont « une qualité déterminée, une réputation ou d'autres caractéristiques qui peuvent être attribuées à cette origine géographique ». « Leur production et/ou leur transformation et/ou leur élaboration ont lieu dans l'aire géographique délimitée ». À l'issue d'une procédure d'instruction gérée par la Commission européenne, les AOC et IGP sont inscrites dans un registre afin de protéger leur dénomination de toute usurpation.

Cette protection ne s'applique pas aux produits dont la dénomination est devenue générique à l'instar de la moutarde de Dijon. [...]

Mais surtout, les produits non agricoles ne peuvent pas bénéficier de cette protection. Or de nombreux produits traditionnels à la réputation internationale souffrent de la concurrence de produits de moindre qualité et parfois à bas prix utilisant leur dénomination et fabriqués loin de l'aire géographique d'origine et même très souvent à l'extérieur de l'Union européenne. C'est le cas par exemple du cristal de Bohême, de la verrerie de Murano, de la porcelaine de Limoges ou des couteaux Laguiole.

Ces derniers sont concurrencés par des fabrications asiatiques utilisant leur réputation

Yves Jégo, « En finir avec la mondialisation anonyme. La traçabilité au service des consommateurs et de l'emploi », Rapport à Monsieur le Président de la République, mai 2010

*-Sur quelles institutions reposent les solutions proposées dans ces 2 documents ?*

Les solutions réglementaires visent à rétablir l'équilibre entre les acteurs du marché en matière d'accès à l'information afin de limiter les comportements opportunistes. Les exemples proposés soulignent le rôle de l'Etat et d'institutions publiques (commission européenne, banque centrale...). Leur action s'impose lorsque les acteurs des marchés ne peuvent trouver eux-mêmes les solutions. C'est le cas par exemple :

-en matière de protection des consommateurs (par la mise en place d'un droit des consommateurs, d'un système d'appellation protégée...)

-pour favoriser une transparence des comptes des sociétés anonymes au profit des actionnaires (par l'obligation de publier des comptes certifiés...)

-ou encore imposer le respect de règles prudentielles aux acteurs des marchés financiers (pour éviter que des banques ne fassent des investissements risqués se sachant protégées en cas de difficulté)

**Remarque : le rapport du jury 2011 insiste sur le fait qu'une conclusion du cours doit être entièrement rédigée.**

Un exemple de **schéma de synthèse** (d'après Olivier Bouba-Olga « économie de l'entreprise p 46)

### **III. Séance de travaux dirigés (une heure)**

#### Objectifs de la séance :

La séance de TD, située en aval du cours, répond à deux objectifs principaux :

- I. remobiliser la notion d'asymétrie d'information, découverte et analysée pendant le cours  
Le professeur pourra ainsi vérifier que les élèves ont compris ce que sont les asymétrie d'information, et e construire un raisonnement mobilisant cette notion
- II. acquérir progressivement la méthodologie de l'épreuve composée du baccalauréat.

Le Bulletin officiel n°7 du 6 octobre 2011 définit cette épreuve de la manière suivante :

« Cette épreuve est constituée de trois parties :

- *Partie 1 – Mobilisation des connaissances [...]*
- *Partie 2 – Étude d'un document [...]*
- *Partie 3 – Raisonnement s'appuyant sur un dossier documentaire [...]*

*Le libellé du sujet invite le candidat à développer un raisonnement, à rassembler et mettre en ordre des informations pertinentes issues du dossier documentaire et de ses connaissances personnelles. Le dossier documentaire mis à la disposition du candidat ne doit ni borner son horizon (en le détournant du recours à ses propres connaissances), ni lui servir de prétexte à une paraphrase ou à un commentaire systématique et détaillé. Il comporte 2 ou 3 documents de nature différente (textes, graphiques, tableaux statistiques, schémas...). Chaque texte ne devra pas dépasser 2500 signes et chaque document statistique comporter plus de 120 données chiffrées. »*

Dès le début de l'année de première, le professeur aura présenté aux élèves les principes de l'épreuve composée (ainsi que de la première épreuve, celle de dissertation), et proposera des travaux méthodologiques permettant d'acquérir progressivement les savoir-faire nécessaires.

L'épreuve complète (les 3 parties) ne sera proposée que plus tard dans l'année ; lors de cette séquence seule la troisième partie est travaillée (« raisonnement s'appuyant sur un dossier documentaire »).

Préalable pédagogique :

Cette séance de TD se déroulera en demi-classe, afin de permettre le travail des élèves en petits groupes et la mise en commun facilitée des travaux issus des différents groupes.

Au début de la séance, le professeur distribue aux élèves un dossier comportant 3 documents. Ce dossier comporte le sujet suivant :

**« A l'aide de vos connaissances et du dossier, vous montrerez que l'intervention publique peut être nécessaire pour limiter les asymétries d'information sur les marchés »**

Les attentes de l'épreuve, déjà étudiées avec les élèves, sont rappelées :

« Il est demandé au candidat [...] de traiter le sujet :

- en développant un raisonnement ;
- en exploitant les documents du dossier ;
- en faisant appel à ses connaissances personnelles ;
- en composant une introduction, un développement, une conclusion.

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

Les consignes données aux élèves sont :

1. étudier le sujet afin d'en comprendre les termes et d'identifier la consigne
2. étudier les documents pour en dégager les informations utiles
3. préparer le plan détaillé de la réponse (la structure de l'argumentation).

A la fin de la première étape (étude du sujet), puis de la troisième étape, les différents groupes confronteront leurs travaux.

Pendant la séance, le professeur guidera les élèves des groupes dans leur travail, et pourra remédier aux difficultés de compréhension (des notions, mécanismes ou documents) qui pourront être révélées.

Prolongements possibles de la séance de TD : le professeur demande aux élèves de rédiger chez eux l'introduction ou la conclusion du raisonnement.

Dossier documentaire distribué aux élèves pour le TD

Doc 1 (extrait du doc 1 du dossier)

Les inefficacités du marché résultant de problèmes d'information peuvent prendre plusieurs formes. Une grande part de la législation sur la protection des consommateurs reflète l'intérêt de l'État pour les problèmes liés à une mauvaise information des consommateurs. Par exemple, aux États-Unis, la loi Wheeler-Lea de 1938 a interdit les pratiques commerciales « trompeuses » et octroyé à la Federal Trade Commission américaine le pouvoir de mettre un terme à toute publicité mensongère. La législation sur la transparence en matière de prêt impose aux prêteurs d'indiquer le taux d'intérêt qu'ils font réellement payer à leurs clients. La législation sur la transparence du conditionnement s'efforce d'éviter que l'étiquetage des produits n'induisse en erreur les consommateurs.

La Securities and Exchange Commission, commission qui régleme la vente des actions et des obligations, impose aux entreprises qui vendent de tels titres de fournir une quantité considérable d'information. Naturellement, il ne suffit pas de publier l'information, le public doit avoir confiance

dans son exactitude. Pour cette raison, les sociétés commerciales doivent faire appel à des entreprises comptables pour expertiser leurs documents financiers. Il n'est pas surprenant que la plupart des grands scandales commerciaux de ces dernières années aient concerné des pratiques comptables mensongères. L'exemple le plus connu est celui de l'entreprise de commerce énergétique Enron. Entre 1996 et 1999, Enron a eu recours à des acrobaties comptables pour faire apparaître aux yeux de ses investisseurs potentiels des profits de 2,3 milliards de dollars, alors même que cette société déclarait aux autorités fiscales américaines des pertes de 3 milliards de dollars. Dans l'un des nombreux procès occasionnés par l'effondrement d'Enron, la société d'expertise comptable Arthur Andersen, l'une des cinq plus grandes du monde, a été déclarée coupable d'obstruction à la justice, pour avoir détruit des documents concernant son rôle dans l'examen et l'approbation des comptes d'Enron. La Cour suprême a par la suite cassé ce jugement en se fondant sur le fait que les instructions données par le juge aux jurés n'étaient pas assez précises. Le cas Enron n'est pas unique.

Joseph E. Stiglitz, Carl E. Walsh, Jean-Dominique Lafay, *Principes d'économie moderne*, De Boeck, page 232

Doc 2 (extrait du doc 6 du dossier)

Les réglementations par produit sur la mention de l'origine

Viande bovine	Le règlement européen du 17 juillet 2000 impose la mention du pays d'origine. Dans l'hypothèse où plusieurs pays sont concernés, l'étiquette doit préciser le pays de naissance, le pays d'élevage et le pays d'abattage.
Poissons de mer et d'eau douce	Depuis un règlement communautaire du 17 décembre 1999, la zone de capture (ou le lieu d'élevage) du poisson doit être « portée à la connaissance du consommateur » pour les produits destinés à la vente au détail.
Fruits et légumes	Obligation d'information du consommateur sur l'origine nationale des produits (cf. Règlement (CE) n° 1182/2007 du conseil du 26 septembre 2007 établissant des règles spécifiques pour le secteur des fruits et légumes).
Œufs	Le règlement de la Commission du 23 juin 2008 précise que les oeufs sont marqués d'un code dont le deuxième signe indique l'origine nationale de l'élevage (FR pour la France).
Miel	Directive du 20 décembre 2001 relative au miel dispose : « Le pays ou les pays d'origine où le miel a été récolté sont indiqués sur l'étiquette ».
Vin	La réglementation européenne est différenciée selon les catégories de vins. Pour certains l'obligation du marquage de l'origine est limitée aux vins expédiés dans un État-membre ou exportés dans un pays tiers.
Huile d'olive	Le règlement européen du 13 juin 2002 autorise la mention de l'origine et la définit comme étant la zone où les olives ont été récoltées et où se situe le moulin. Dans le cas où ces deux lieux diffèrent l'étiquette doit mentionner « Huile d'olive vierge (extra) obtenue en. . . à partir d'olives récoltées en. . . »

[...] Depuis 1992, l'Union européenne a mis en place une réglementation relative à la protection des appellations d'origine et des indications géographiques des produits agricoles et denrées alimentaires.

Yves Jégo, « En finir avec la mondialisation anonyme. La traçabilité au service des consommateurs et de l'emploi », Rapport à Monsieur le Président de la République, mai 2010, pages 39 à 41

*Remarque : les documents fournis dans le dossier documentaire ne permettent pas de faire varier la nature des documents proposés. On soulignera cette limite auprès des élèves et on veillera, au cours de l'année scolaire, à proposer des sujets conformes aux consignes officielles.*

### **Proposition de corrigé (étape 3)**

« Montrez que l'intervention publique peut être nécessaire pour limiter les asymétries d'information sur les marchés »

Introduction :

→ définition des asymétries d'information ; illustration par un exemple. Cf doc 4 : exemple du marché des soins médicaux, K. Arrow : les médecins en savent plus que les patients sur les pathologies, mais aussi sur leur capacité à soigner effectivement les malades. Les patients comme les médecins sont conscients de cette asymétrie d'information, qui affecte leur relation et limite la capacité du marché des soins à fonctionner de manière optimale (les patients ne savent pas comment choisir le meilleur médecin pour traiter leur pathologie).

→ ce type de situation peut nécessiter l'intervention publique sur les marchés, dans le but de rendre leur fonctionnement plus efficace.

I. Les corrections que le marché peut apporter à l'asymétrie d'information ne suffisent pas à garantir la transparence

A. les agents peuvent mettre en œuvre des stratégies de dépenses de contrôle, d'incitation et (ou) de dédouanement pour limiter l'asymétrie d'information.

B. Mais ces actions sont limitées. Qui garantit que les titres produits (ex des diplômes), les expertises, les audits, etc, sont valables et produisent une information crédible ?

II. La réglementation publique permet donc sur certains marchés de rétablir le niveau d'information des contractants

A. Sur les marchés de biens. Les lois de protection du consommateur lui permettent d'accéder à l'information que possède le producteur. Doc 2 : exemple de la réglementation sur l'origine et des indications géographiques des produits alimentaires. Doc 1 : exemple des lois américaines sur la publicité mensongère et la transparence des produits. La réglementation et le contrôle publics obligent les agents à révéler l'information.

B. Sur les marchés financiers. L'information est cruciale pour les transactions financières. La crédibilité des informations délivrées est liée à leur validation par les autorités financières et aux contrôles qu'elles mettent en place. Doc 1 ; rôle de la Securities and Exchange Commission (AMF en France).

Conclusion :

→ reprise des principaux arguments.

→ limite : l'efficacité de l'action publique en matière d'information est parfois limitée. Exemple d'Enron (doc 1). Les PP doivent mettre en place des garanties ex ante et ex post (cf le doc 3 du dossier documentaire sur le rôle du PDR).

## IV. Évaluation

### V. Bibliographie :

#### Pour le professeur :

#### **Des articles de référence :**

ARROW K. J., “Uncertainty and the Welfare Economics of Medical Care”, *American Economic Review*, n° 53, 1963, pp. 941-969

M. JENSEN ET W. MECKLING 1976, *Theory of the firm: managerial behavior, agency cost, and ownership structure*, Journal of Financial Economic pp. 305-360

A. ALCHIAN ET H. DEMSETZ 1972, *Production information costs and economic organisation*, American Economic Review vol. 62, n°5

G.AKERLOF 1970, *The market of Lemons : Quality Uncertainty and the market Mechanism*, The Quaterly Journal of Economics, vol.84, n°3

#### **Des outils utiles pour la préparation du cours**

ENCYCLOPEDIA UNIVERSALIS : trois articles utiles pour construire le cours : l'économie de la santé (Jean-Paul Moati), l'économie de l'assurance (Pierre Picard), incitations et contrats (Bernard Salanié)

CAHIERS FRANÇAIS n°363 (juillet-août 2011) « les imperfections de l'information et la théorie des contrats » *La pensée économique contemporaine*, p 25-30. Bon article de synthèse pour faire le point sur la relation principal-agent, ses fondements et ses usages

#### **Pour aller plus loin**

*L'économie des singularités*, par Lucien Karpik (chez Gallimard, 2007). Pour une approche sociologique des marchés de « biens singuliers » pour lesquels la recherche d'informations fiables sur la qualité du produit est essentielle justifiant des dispositifs de signalement.

#### Pour les élèves :

Olivier BOUBA-OLGA, *L'économie de l'entreprise*, Points Seuil 2003 : bon ouvrage de synthèse sur les théories économiques de l'entreprise, présentant notamment les approches néo-institutionnalistes dont la théorie de l'agence.