

Chapitre 6 : Les défaillances de marché

Objectifs du chapitre :

- Définir la notion de défaillances de marché et ses trois formes : externalités, biens collectifs, asymétrie d'informations.
- Expliquer en quoi le marché est défaillant en présence d'externalités et être capable de l'illustrer par un exemple (notamment celui de la pollution).
- Expliquer en quoi le marché est défaillant en présence de biens communs et de biens collectifs, et être capable de l'illustrer par des exemples.
- Connaître les deux principales formes d'information asymétrique, la sélection adverse (ou antisélection) et l'aléa moral, et être capable de les illustrer par des exemples (notamment celui des voitures d'occasion pour la sélection adverse et de l'assurance pour l'aléa moral).
- Comprendre que la sélection adverse peut mener à l'absence d'équilibre.
- Être capable d'illustrer l'intervention des pouvoirs publics face à ces différentes défaillances (en prenant notamment l'exemple de la taxe carbone).

Notions : défaillances de marché, externalités, biens collectifs, biens communs, passager clandestin, tragédie des communs, asymétrie d'informations, antisélection, aléa moral.

Prérequis : dilemme du prisonnier, marché, marché concurrentiel, concurrence parfaite, offre, demande, quantités d'équilibre, prix d'équilibre, équilibre.

Savoir-faire : Représentation graphique du marché, calcul de taux de variation, argumentation (AEI).

Problématique : Qu'est-ce qu'une défaillance de marché ? Dans quelles situations le marché est-il défaillant ? Quelles sont les solutions possibles face à ces défaillances ?

Plan :

Introduction

1) Les externalités comme absence de marché

- A) Le problème des externalités
- B) La régulation des externalités : trois instruments pour internaliser les externalités

2) Pourquoi le marché est-il défaillant en présence de biens collectifs et de biens communs ?

- A) La typologie des biens
- B) La *Tragédie des communs*

3) Pourquoi le marché est-il défaillant quand l'information est asymétrique ?

- A) Le problème de l'antisélection
- B) Le problème de l'aléa moral

Pour chacune des parties, nous donnerons tout d'abord une définition, des explications, puis des illustrations, et enfin quelles sont les solutions possibles pour remédier au problème posé.

Introduction

Vidéo 1 : Milton Friedman – Le crayon jaune, *YouTube*

<https://www.youtube.com/watch?v=SDUB4Pw39sg>

Q1 : Qu'est-ce qu'un marché ?

Q2 : Quels sont les avantages du marché ?

Transition et problématisation : Les défaillances du marché

1) Les externalités comme absence de marché

A) Le problème des externalités

Vidéo 1 : « Les externalités », *Draw my economy* : <https://www.youtube.com/watch?v=cKjJrtwTONU>

Q1 : Pourquoi l'apiculteur et l'arboriculteur bénéficient-ils tous les deux d'une externalité positive liée à leur activité respective ? Sont-ils rémunérés ?

Q2 : Qu'est-ce qu'une externalité ?

Q3 : Pourquoi la pollution de l'usine chimique est-elle une externalité négative pour les gérants et les clients du camping ? Sont-ils indemnisés ?

Q4 : Au Début du 20^{ème} siècle, des mines de cuivre s'installent dans l'Etat du Tennessee aux Etats-Unis. Quelles sont les externalités négatives et positives de leur activité économique ?

Q5 : Comment la Cour Suprême du Tennessee tranche-t-elle le conflit lié à la pollution de l'usine de cuivre ?

En suggestion si vous voulez approfondir cette notion fondamentale en SES, voir la très bonne vidéo : « Externalités », *Le Réveilleur, YouTube*

Document 1 : Quelques exemples d'externalités

Consigne : Pour chacune des situations, indiquez quels sont les coûts ou gains privés, puis quels sont les coûts ou gains sociaux (pour les autres, pour la collectivité), enfin dites s'il s'agit d'une externalité positive ou négative.

Les gains et les coûts peuvent s'appréhender comme des gains ou des coûts monétaires, mais aussi en termes de bien-être (augmentation du bien-être pour les gains et perte de bien-être pour les coûts).

Situations	Coût ou gain privé	Coût ou gain social	Externalité : positive ou négative ?
Des fumeurs s'installent en terrasse de bar à côté de clients non-fumeurs.			
Un laboratoire fait des découvertes scientifiques et les diffuse gratuitement à l'ensemble de la communauté scientifique.			
L'ouverture de Facebook fait tourner des serveurs qui nécessitent de l'énergie.			
Un conducteur prend sa voiture pour aller au travail, il contribue à l'émission de CO2 responsable de maladies.			
Vous décidez de vous faire vacciner			

B) La régulation des externalités

Document 2 : Quels instruments les pouvoirs publics mobilisent-ils face aux externalités ?
(Document important qui résume les trois instruments pour internaliser les externalités)

	Réglementation	Taxes	Marchés de quotas
Modalités	<ul style="list-style-type: none"> Encouragement ou interdiction d'une activité ou d'un comportement qui provoquent des externalités positives ou négatives. 	<ul style="list-style-type: none"> Principe « pollueur-payeur » : écotaxes sur les activités polluantes pour réduire la pollution. 	Permis d'émissions polluantes attribués aux entreprises : <ul style="list-style-type: none"> une entreprise qui a trop de permis par rapport à son niveau de pollution peut les revendre ; une entreprise qui n'en a pas assez doit en acheter.
Exemples	<ul style="list-style-type: none"> Les normes qualité dans l'industrie automobile (les pots catalytiques). Interdiction de fumer dans les lieux publics. 	<ul style="list-style-type: none"> La taxe carbone en France sur les émissions de dioxyde de carbone. La taxe sur les paquets de cigarettes. 	<ul style="list-style-type: none"> Le marché de permis d'émission de CO₂ dans l'Union européenne.
Intérêts	<ul style="list-style-type: none"> La plus aisée à mettre en œuvre. Très efficace pour mettre un terme à une activité aux effets irréversibles et agir dans l'urgence. 	Un double « dividende » : <ul style="list-style-type: none"> incitation à réduire la pollution ; recette fiscale qui peut permettre à l'État de financer des activités de dépollution. 	<ul style="list-style-type: none"> Le prix des permis augmente si l'offre de permis est inférieure à la demande : polluer coûte plus cher, dépolluer devient plus rentable.
Limites	<ul style="list-style-type: none"> La norme touche tous les agents économiques, qu'ils soient vertueux ou non. Elle peut ne pas être respectée (limitations de vitesse en cas de pic de pollution). Elle nécessite des coûts de contrôle. 	<ul style="list-style-type: none"> Aucun effet sur la pollution si le montant est trop faible. Conséquences injustes en termes d'équité (la fiscalité pèse davantage sur les ménages les plus pauvres). 	<ul style="list-style-type: none"> Le prix des permis baisse si l'offre de permis est supérieure à la demande : polluer devient peu coûteux.

D'après Matthieu Grandclaude, *Premiers pas en économie*, coll. « Les bleus », © Ellipses, 2014.

1 Comprendre. Parmi ces instruments lequel agit par la contrainte, lesquels agissent par l'incitation ?

2 Comprendre. Quels instruments permettent d'internaliser les externalités ?

3 Lire. Quels sont les instruments utilisés pour réduire la consommation de cigarettes ?

4 Argumenter. Pourquoi ces trois types d'instruments peuvent-ils être considérés comme complémentaires ?

Faire questions 1), 2) 3) et 4) :

Document 3 : Projet de la « loi Climat et résilience » en France (2021) : les outils proposés sont-ils efficaces ?

A l'heure où s'ouvre à l'Assemblée nationale l'examen du projet de loi Climat et résilience, on peut se réjouir que les sujets environnementaux reviennent au premier plan de l'agenda politique. Pour autant, si l'on pose un regard d'économiste, on reste dubitatif sur la panoplie des outils proposés : la pédagogie, l'autorégulation, l'interdiction.

Du côté de la pédagogie, on peut citer la mise en place d'un « score carbone » affiché sur certains produits ; l'idée est que le consommateur prenne conscience, lorsqu'il achète un produit, de son empreinte carbone et qu'il se dirige le cas échéant vers d'autres produits moins polluants. L'intention est louable mais n'est-il pas naïf de penser qu'une bonne information suffira à changer les comportements ? Une taxe aurait été autrement plus incitative, en envoyant un signal clair : si vous voulez acheter des produits à forte émission de CO₂, alors vous paierez beaucoup plus cher. Les consommateurs auraient vite compris leur intérêt.

Second outil : l'autorégulation, à l'image des acteurs de la publicité, qui vont élaborer un code de bonne conduite. La Convention citoyenne pour le climat a formulé le vœu d'interdire dès 2023 toute communication sur les produits les plus polluants, par exemple les SUV [véhicule surélevé avec une taille supérieure]. Mais la solution privilégiée par le gouvernement est d'inciter les publicitaires à

changer leurs habitudes, plutôt que de s'opposer frontalement à eux. Surtout en période de crise du secteur et compte tenu de la dépendance des médias à l'égard des annonceurs. A nouveau, l'intention est louable mais les expériences passées montrent que la logique des engagements donne souvent des résultats peu ambitieux. Cela provient du fait que les acteurs n'ont pas tous les mêmes intérêts et vont donc s'accorder sur le plus petit dénominateur commun. Dans tous les cas, aucune sanction n'a été prévue. A nouveau, une taxe sur la publicité pour des produits à fortes émissions de CO2 aurait été simple et efficace pour modifier le comportement des acteurs.

Troisième outil : les interdictions, à l'image de la suppression des vols intérieurs pour lesquels existe un substitut ferroviaire en moins de deux heures trente. On pourrait se rassurer en se disant que l'interdiction permet d'atteindre avec certitude l'objectif de réduction des émissions. C'est vrai. Mais interdire une activité a aussi un coût qui doit être mis dans la balance : dans le cas de l'avion, on diminue certes les émissions de CO2 mais on ne peut exclure une hausse du prix des billets de train, puisqu'un concurrent aura disparu du marché. De plus, est-on certain que les clients de l'avion vont se reporter sur le train plutôt que sur... la voiture ? A nouveau, une taxe sur les billets d'avion aurait envoyé aux clients un signal clair.

Bref, l'outil préféré des économistes pour remédier aux externalités négatives, à savoir la taxe, est bien peu présent dans le projet de loi. On comprend politiquement pourquoi : après l'épisode des Gilets jaunes, la notion même de taxe est devenue un chiffon rouge. Mais c'est dommage économiquement : pensée il y a maintenant un siècle par Pigou, la taxe a le mérite de la simplicité et de l'efficacité. Pour changer durablement les comportements, elle joue moins sur les bonnes intentions et l'interdiction que sur l'intérêt bien compris des acteurs, en leur envoyant un signal au travers du prix.

Sources : Emmanuel Combe, « Loi climat : mais il est où Pigou ? », *L'opinion*, 2021

Louise Sallé, « Le gouvernement hésite à se montrer plus contraignant avec la pub », *L'opinion*, 2021

Q1 : Brièvement, expliquez les trois principaux outils proposés par le projet de loi Climat résilience pour lutter contre le dérèglement climatique.

Q2 : Quels sont les inconvénients de chacun de ces outils ?

Q3 : Quels sont les avantages d'une taxe par rapport à ces outils ?

2) Pourquoi le marché est-il défaillant en présence de biens collectifs et de biens communs ?

A) La typologie des biens

Document 4 : la typologie des biens (à recopier dans votre cours ou dans vos fiches chez vous, important)

	Partiellement rival : l'utilisation par quelqu'un du bien réduit la quantité disponible pour les autres.	Non rival : l'utilisation par quelqu'un du bien ne réduit pas la quantité disponible pour les autres
Partiellement excluible : on peut exclure quelqu'un de l'utilisation du bien	Biens privés (Exemple : une glace)	Biens de clubs (Exemples : chaînes de télévision cryptées, autoroutes, salle de sport)
Non excluible : on ne peut pas exclure quelqu'un de l'utilisation du bien	Biens communs (Exemple : un parc naturel)	Biens collectifs (Exemples : chaînes publiques, la musique tend de plus en plus à devenir un bien public...)

Document 5 : Quelques exemples de biens

Consigne : Inscrivez dans la bonne case les cas suivants à l'aide des définitions : *une place de cinéma, Canal+, une montre, un feu d'artifice, une forêt, un téléphone portable, abonnement à Netflix, l'éclairage public, les écoles primaires, la défense nationale (police, armée), boîte d'épinards carrefour, la suite Office Word Excel, un pâturage.*

Types de biens	Exemples
Biens privés	
Biens communs	
Biens de club	
Biens collectifs	

Pourquoi le marché est-il défaillant en présence de biens collectifs ?

Document 6 : Pourquoi le marché est-il défaillant en présence de biens collectifs ?

Eclairer une ville la nuit permet des externalités positives, si la ville n'était pas éclairée, les restaurants ou les bars auraient moins de clients par exemple—qui souhaite se déplacer la nuit en n'y voyant rien ? Cependant aucun restaurant n'est disposé à financer l'éclairage public de lui-même. Aucun restaurant ne pourrait exclure ceux qui profitent de l'éclairage sans venir dans le restaurant. Dans ce cas, c'est à la mairie (donc à l'Etat) de financer l'éclairage public, car il bénéficie à tout le monde mais personne n'est prêt à payer pour. Les restaurants comme tous les usagers de l'éclairage

public se comportent en passagers clandestins. La notion de passager clandestin désigne le comportement d'un agent économique qui bénéficie de l'usage d'un bien ou d'un service, ou d'un avantage quelconque, sans participer à son financement. En élargissant la notion, dans le cas d'un travail de groupe, un élève qui obtient une bonne note en profitant du travail des autres sans s'être investi individuellement, c'est un comportement de passager clandestin.

Q1 : Pourquoi l'éclairage public est-il un bien collectif ?

Q2 : Pourquoi personne n'est prêt à payer pour l'éclairage public ?

Q3 : Pourquoi dans le cas de l'éclairage public peut-on dire que les restaurants sont des passagers clandestins ?

Q4 : Avez-vous d'autres exemples de comportements de passager clandestin (pas forcément dans le texte) ?

Q5 : Si les biens collectifs sont gérés par l'Etat, comment sont-ils financés ?

B) La Tragédie des communs

Vidéo 3 : « Environnement : à qui appartient la haute mer ? », *France 2*

<http://ses.webclass.fr/jt/environnement-qui-appartient-haute-mer>

Q1 : Pourquoi la Haute mer-elle est menacée ?

Q2 : En quoi la Haute mer est-elle un bien commun ?

Q3 : Quelle solution propose l'ONU (organisation des nations unies) pour préserver les poissons ?

Document 7 : Un exemple historique célèbre de la Tragédie des communs : l'île de Pâques



Localisée au sud-est de l'océan Pacifique, cette île volcanique est connue pour ses immenses statues taillées dans le basalte (les moai). Grâce à des études archéologiques et palynologiques (étude des pollens dans des carottes de sédiments), on sait désormais que la diversité biologique originelle de cette île était très riche. Mais depuis sa colonisation par les Européens lors des grandes expéditions des XVII-XVIII^{ème} siècles, elle a été victime de la surexploitation de ses ressources : forêts coupées et brûlées, animaux chassés et pêchés, importation d'animaux domestiques et de plantes cultivées, au fur et à mesure de l'augmentation de la pression démographique humaine sur l'île. Aujourd'hui, il n'y a plus aucune forêt sur cette île et sa biodiversité est bien moindre en comparaison avec ce qu'elle a été. Cette érosion de la biodiversité est par ailleurs aussi imputable à l'invasion de l'île par les rats, introduits par les polynésiens, qui auraient contribué à l'extinction de la ressource en palmiers et en oiseaux (consommation des graines, des œufs et des oisillons).

Q1 : En quoi cette situation illustre-t-elle la tragédie des communs ?

Document 8 : La représentation de la tragédie des communs par le dilemme du prisonnier

On peut représenter le problème de la **tragédie des communs** à l'aide du **dilemme du prisonnier**. Imaginons un Joueur A en ligne, et un Joueur B en colonne. Ils ont chacun deux stratégies possibles : coopérer avec l'autre joueur (ici ne pas surexploiter les ressources), ou bien ne pas coopérer (surexploiter les ressources). Le tableau suivant nous donne les « gains » associés à chaque stratégie pour chaque joueur. Les gains sont juste une représentation de l'utilité que retire un joueur de sa stratégie en fonction de la stratégie de l'autre joueur. Un gain négatif signifie donc une désutilité : une perte de bien-être.

		Joueur B	
		Coopérer (ne pas surexploiter les ressources)	Ne pas coopérer (surexploiter les ressources)
Joueur A	Coopérer (ne pas surexploiter les ressources)	(2, 2)	(- 2, 4)
	Ne pas coopérer (surexploiter les ressources)	(4,- 2)	(-1,-1)

Q1 : Quelle est la stratégie individuelle rationnelle pour le Joueur A et le Joueur B ? A quel résultat aboutissent ces stratégies ?

Q2 : Ce résultat est-il optimal (souhaitable) collectivement ? Pourquoi ?

Q3 : D'après vous, comment la coopération peut-elle être instaurée dans ce cas ?

Autre exercice (si le temps) pour comprendre le problème de la tragédie des communs :

Alice et Julie sont pêcheuses et vont pêcher leurs poissons dans un lac n'appartenant à personne (donc à tout le monde). Leur revenu dépend du nombre de poissons qu'elles pêchent. On suppose que le lac contient 1000 poissons. Pour vivre normalement, Alice et Julie doivent chacune pêcher 10 poissons par jour. On suppose que naturellement 40 poissons naissent et 20 poissons meurent chaque jour.

Q1 : Alice et Julie perturbent-elles l'écosystème du lac avec leur activité ? Pourquoi ?

Q2 : Pourquoi les poissons du lac sont-ils un bien commun ?

On suppose maintenant qu'Alice et Julie veulent gagner plus d'argent pour augmenter leur qualité de vie. Elles décident donc à présent de pêcher 20 poissons par jour chacune.

Q3 : L'écosystème du lac est-il perturbé dans cette nouvelle situation ? A long terme, que se passera-t-il ? Au bout de combien de jours le lac sera vide ?

Q4 : Pourquoi désormais Alice et Julie se pénalisent-elles mutuellement ?

Q5 : Expliquez en quoi cet exemple constitue une illustration de la Tragédie des biens communs.

La **tragédie des communs** désigne une situation où l'exploitation par chacun des ressources communes conduit à une surexploitation collective. La tragédie des communs se produit lorsqu'une ressource est rivale mais non excluable (ou difficilement).

Trois solutions à la tragédie des communs :

- **Solution étatique** : nationalisation d'une zone naturelle, l'établissement d'une réglementation contraignante (par exemple pour la pêche, limiter le nombre de bateaux autorisés à prendre la mer), mise en place de quotas d'utilisation (quotas de pêche par exemple), mise en place d'une taxe (taxe Carbonne pour préserver la qualité de l'air qui est un bien commun) ;
- **Solution marchande** : définir et attribuer des droits de propriété sur le bien à protéger : par ex le propriétaire d'un pâturage a intérêt à l'entretenir sans le surexploiter ;
- **La gestion par des communautés locales** : les biens sont gérés par des communautés locales (propriété commune des biens), à travers des normes formelles ou informelles claires et précises sur la gestion commune des ressources, des limites clairement définies, des sanctions graduelles pour ceux qui ne respectent pas les règles, des mécanismes de résolution des conflits, une large participation des membres de la communauté à la gouvernance, etc. Cette solution a été proposée par Elinor Ostrom, première femme prix Nobel d'économie en 2009. Elle montre par exemple qu'en Mongolie, qui a conservé une organisation traditionnelle basée sur le pastoralisme¹ à grande échelle et la propriété commune, la dégradation des pâturages est nettement moins importante.

3) Pourquoi le marché est-il défaillant quand l'information est asymétrique ?

¹ Le pastoralisme désigne une économie agricole qui repose sur l'élevage extensif. Il y a interdépendance entre l'éleveur, son troupeau et le milieu qu'il exploite. On parle de pastoralisme lorsque 90% de la consommation du troupeau est issue du pâturage.



Q1 : Quelles situations de marché sont représentées sur ces photos ?

Q2 : Pour chaque situation, cherchez qui peut cacher une information. Quelle information est cachée, et dans quel but ?

Q3 : Pourquoi peut-on parler dans ces situations d'une asymétrie d'information ?

Dans les situations d'asymétrie d'information, des phénomènes d'antisélection ou d'aléa moral peuvent survenir.

Dans le cas de l'**antisélection**, ce sont les caractéristiques du produit échangé qui ne sont pas connues de façon symétrique (information incomplète).

Dans le cas de l'**aléa moral**, l'asymétrie d'information porte sur l'action, le comportement d'un des deux partenaires à l'échange (information imparfaite)

A) Le problème de l'antisélection

Consigne : A l'aide du document suivant, réalisez un schéma d'implications logiques (avec des flèches) pour montrer le phénomène d'antisélection dans le cas des voitures d'occasion, c'est-à-dire ici le cercle vicieux qui conduit à chasser les bonnes voitures sur le marché de l'occasion.

Document 9 : Le marché des voitures d'occasion et le phénomène d'antisélection.

Paul a déposé des annonces sur Internet afin de vendre sa voiture, une Polo noire d'occasion 5 portes modèle essence de 2017, en parfait état, de très bonne qualité, à 12 000 euros. Depuis six mois il dépose des annonces sur le site Leboncoin et dans le Parisien et toujours pas de manifestation d'intérêt de potentiels acheteurs. Son ami Samuel, qui avait acheté la même voiture que Paul au même moment, a également déposé une annonce afin de vendre sa voiture, sauf que sa voiture est de moindre qualité. Il décide de déposer son annonce sur la partie petite annonce du site Ebay à 10 000 euros. Un potentiel acquéreur l'appelle dans l'heure pour venir voir la voiture. Après discussion, la transaction a lieu et la voiture est vendue pour 10 000 euros. Paul, qui disposait pourtant d'une voiture de meilleure qualité, n'a pas réussi à vendre sa voiture, car il n'était pas prêt à la céder à un prix dérisoire compte tenu de sa qualité. Il s'est produit ce que l'on appelle en science économique un phénomène d'antisélection. L'anti-sélection désigne une situation dans laquelle, sur un marché, tous les intervenants n'ont pas la possibilité d'observer toutes les caractéristiques des biens échangés. Dans cette situation, certains intervenants ont généralement plus d'informations que d'autres et il est possible que le fonctionnement du marché exclue l'échange des produits de bonne qualité, voire même empêche le déroulement de tous les échanges. Ici, en raison d'une asymétrie d'information sur la qualité des voitures, le vendeur d'une voiture de bonne qualité n'a pas trouvé d'acquéreur et a donc été évincé du marché. « Les mauvaises voitures chassent les bonnes », et les transactions sur le marché sont ainsi réduites. C'est le phénomène d'antisélection, mis en évidence par l'économiste George Akerlof, dans son article publié en 1970, intitulé « The Market for Lemons », Lemon signifiant en américain « tacot » ou « voiture d'occasion douteuse ».

Vidéo 4 : Un autre exemple d'antisélection : les VPN, « VPN : peut-on leur faire confiance ? », Stupid Economics, YouTube : <https://www.youtube.com/watch?v=6YXttl7iHPo>

Q1 (à l'oral) : Expliquez en quoi le marché des VPN peut induire un phénomène d'antisélection.

Q2 : Quelle est la norme informelle fondamentale qu'il faut entretenir pour que les marchés fonctionnent correctement ? Comment l'entretenir ?

Document 10 : Les labels comme support d'information

pour commencer



L'agriculture biologique est encadrée par deux logos. La marque AB, propriété du ministère français de l'agriculture, créée en 1985, et le logo européen (eurofeuille). Ce signe officiel certifie que les produits ont été fabriqués dans le respect du bien-être animal, de l'environnement et sans chimie de synthèse.



Le **Label Rouge** est un signe français qui atteste d'un niveau de qualité supérieur à celui des produits similaires commercialisés usuellement. Il a été créé en 1960 pour orienter les consommateurs vers des produits agricoles de bonne qualité.



L'**AOP** (appellation d'origine protégée) est un signe européen qui désigne un produit dont toutes les étapes de production sont réalisées selon un savoir-faire reconnu dans une même aire géographique.



La mention **Fait maison** est un label de la restauration qui garantit une cuisine sur place à partir de produits bruts ou de produits traditionnels de cuisine. Ce logo peut être attribué plat par plat.

B) Le problème de l'aléa moral

Document 11 : Le marché de l'assurance et l'aléa moral

Le principe [...] de l'aléa moral (risque moral, traduction de *moral hazard*) ne résulte pas d'une information cachée sur la [caractéristique d'un individu], mais sur ses actions. Les situations sont très courantes. On peut en énumérer certaines. [...]

Un assureur [...] réfléchit au fait d'accepter un contrat assurant le centre sportif qui emmène des clients étrangers au sommet du mont Blanc. Idéalement, il aimerait que [...] le guide de haute montagne prenne toutes les précautions, vérifie le matériel, annule la randonnée si la météo est variable, et ainsi de suite. Mais du point de vue du guide, suivre à la lettre toutes ces consignes, à supposer que l'on puisse même en écrire le détail, est coûteux, nécessite du temps et peut même lui faire perdre des clients s'il est exagérément prudent par rapport à ses concurrents. L'assureur n'a pas de moyen direct de vérifier si les précautions ont été prises directement, car l'information précise est trop coûteuse à collecter. L'effort inobservable est ici la prudence du guide et son professionnalisme. Le même exemple se retrouve pour l'assurance automobile: [...]

la compagnie d'assurance souhaite que les conducteurs roulent prudemment, fassent des pauses, ne doublent pas imprudemment, mais ne pourra jamais le vérifier complètement. La prudence de la conduite de l'agent n'est pas observable directement par l'assureur. [...]

On pourrait dire, pour résumer, [...] que l'aléa moral est une situation dans laquelle un agent agit différemment selon qu'il est ou non observé.

Étienne Wasmer, *Principes de microéconomie*, Pearson, 2017.

13 Comprendre. Pourquoi le guide de haute montagne n'adopte-t-il pas le comportement attendu par l'assureur ?

14 Expliquer. Pourquoi un conducteur couvert par une assurance automobile peut-il être amené à prendre des risques ?

15 Déduire. Expliquez en quoi consiste l'aléa moral sur le marché de l'assurance.

Faire les questions suivantes :

Q1 : Pourquoi le guide de haute montagne n'adopte-t-il pas le comportement attendu par l'assureur ?

Q2 : Pourquoi un conducteur couvert par une assurance automobile peut-il être amené à prendre des risques ?

Q3 : Que se passe-t-il si le guide et le conducteur ont des accidents ? Qui paye ?

Q4 : Quel est alors le risque pour l'assureur ?

Q5 : Expliquez en quoi consiste l'aléa moral sur le marché de l'assurance.

Exercice à faire en binôme (si on a le temps) : Pour chaque exemple, un élève joue le rôle du principal, c'est à dire l'agent non informé (employeur, représentés, propriétaire, professeur), et l'autre élève joue le rôle de l'agent informé (employé, représentants, locataire, élèves). Le principal demande à l'agent informé de réaliser une tâche ou une action dans le cadre de leur relation. Expliquez en quoi une situation d'aléa moral peut survenir. Alternez les rôles entre chaque exemple. Puis répondez à la dernière question.

- Employeur/employé :

- Représentés (citoyens)/représentants (gouvernants) :

- Propriétaire/locataire :

- Banque/Etat :

- Professeur/élèves (lors d'un travail de groupe par ex, ou autre)

Question : Quelles solutions pour lutter contre l'aléa moral ?

Fiche de synthèse : Complétez le tableau

Les types de défaillances	Définition	Exemple(s)	En quoi le marché est défaillant ?	La ou les solutions
Externalités négatives				
Externalités positives				
Biens communs				
Biens collectifs				
Asymétrie d'information et antisélection				
Asymétrie d'information et aléa moral.				