

corrige25

Première – SES

Seconde partie : Raisonnement appuyé sur un dossier documentaire

Document strictement réservé à un usage pédagogique – diffusion interdite

Introduction

Le marché repose sur la confrontation de l'offre et de la demande afin d'allouer efficacement les ressources. Cependant, dans certaines situations, le marché ne permet pas d'atteindre un résultat socialement optimal.

On peut alors se demander pourquoi le marché peut être défaillant en présence d'externalités et d'asymétries d'information.

Pour répondre à cette question, on montrera que les externalités négatives constituent une première source de défaillance du marché (I), puis que les asymétries d'information, sous la forme d'anti-sélection (II) et de risque moral (III), empêchent également son bon fonctionnement.

I. Les externalités négatives liées au bruit génèrent des coûts sociaux et sanitaires

Affirmation : Les nuisances sonores constituent une externalité négative qui rend le marché défaillant.

En effet (cours) : une externalité négative apparaît lorsque l'activité d'un agent économique impose un coût à d'autres agents sans compensation monétaire. Dans le cas du bruit, les agents à l'origine des nuisances ne supportent pas directement les conséquences sanitaires et sociales de leur activité, ce qui conduit à une production excessive de bruit.

Par exemple (document 1) : le coût social du bruit des transports est estimé à 20,6 milliards d'euros par an, contre 19,2 milliards pour le bruit en milieu professionnel.

Écart = $20,6 - 19,2 = 1,4$ milliard d'euros.

Donc, le bruit des transports représente un coût social particulièrement élevé.

Le bruit de voisinage représente 11,6 milliards d'euros, contre 6,3 milliards pour le bruit à l'école.

Coefficient multiplicateur = $11,6 / 6,3 \approx 1,8$.

Donc, le coût du bruit de voisinage est presque deux fois plus élevé.

Ces coûts élevés s'expliquent notamment par les effets du bruit sur la santé : troubles auditifs, troubles du sommeil, stress chronique et maladies cardiovasculaires, qui dégradent

le bien-être des individus et augmentent les dépenses de santé sans être intégrés aux prix de marché.

II. L'anti-sélection empêche la rencontre efficace de l'offre et de la demande

Affirmation : L'anti-sélection constitue une asymétrie d'information qui peut conduire à la disparition du marché.

En effet (cours) : l'anti-sélection apparaît lorsque l'un des agents dispose d'une information cachée avant la transaction. Les agents les mieux informés adoptent alors un comportement opportuniste, ce qui conduit les agents de meilleure qualité ou les moins risqués à quitter le marché.

Par exemple (document 2) : sur le marché de l'assurance, les assurés connaissent mieux leur niveau de risque que les assureurs. Selon Akerlof (1970), les individus peu risqués refusent de payer des primes trop élevées, ce qui entraîne une augmentation du risque moyen et peut conduire à la disparition du marché.

III. Le risque moral incite à des comportements opportunistes après la transaction

Affirmation : Le risque moral est une autre forme d'asymétrie d'information qui rend le marché défaillant.

En effet (cours) : le risque moral apparaît lorsque l'un des agents adopte un comportement opportuniste après la signature du contrat, car ses actions ne sont pas parfaitement observables par l'autre partie.

Par exemple (document 2) : une personne assurée peut fournir moins d'efforts de prévention ou prendre davantage de risques, sachant qu'elle sera indemnisée en cas de sinistre, ce qui augmente les coûts et dégrade le fonctionnement du marché.

Conclusion

Ainsi, le marché peut être défaillant pour plusieurs raisons. Les externalités négatives liées au bruit génèrent des coûts sociaux et sanitaires importants, tandis que les asymétries d'information, sous la forme d'anti-sélection et de risque moral, empêchent la rencontre efficace de l'offre et de la demande. Ces défaillances justifient l'intervention des pouvoirs publics.