

C7 – Limites du marché

Introduction

- Le marché : une organisation économique efficace
- Réussite des économies de marché face aux autres économies.

CEPENDANT

- Des limites existent qui freinent l'efficacité du marché.

1) Des biens qui échappent au marché

→ Harding (1968) *La tragédie des communs*

→ L'une des sources de la Révolution Industrielle ? Le mouvement des enclosure.

1) Des biens qui échappent au marché

	Bien non rival	Bien rival
Bien excluable	Biens de club Netflix, le cinéma, le Wifi, ...	Biens privés Fromage, maison, vélo, ...
Bien non excluable	Biens publics Air, l'éclairage public, la défense nationale, la confiance publique...	Biens communs Route, plage, chemins de randonnées, ...

2) Les externalités

- Arthur Cecil Pigou (1877-1959)
- Limite à l'équilibre général : l'existence d'externalités.
- Externalité : "toute influence (négative ou positive) ne faisant pas l'objet d'une transaction sur un marché, des actions d'un agent économique"
- Des exemples d'externalités positives et négatives ?

2) Les externalités

→ Externalités positives :

- * L'investissement en recherche des entreprises
- * L'installation des médecins en zone rurale
- * La plantation d'arbres fruitiers, de ruches...
- * ...

→ Externalités négatives :

- * La pollution sous toutes ses formes.
- * La déforestation
- * ...

2) Les externalités

- Comment rétablir l'équilibre ?
- Subventionner les activités générant des externalités positives
- Taxer les activités générant des externalités négatives ("taxe Pigou")

3) L'information est imparfaite

- Notion d'asymétrie d'information.
- Le marché ne fonctionne plus de manière optimale

3) L'information est imparfaite

- Akerloff (1970) a décrit le phénomène d'anti-selection (ou selection adverse)
- Ex du marché des voitures d'occasion (lemons)
- L'auteur part de la question suivante : pourquoi une voiture à peine utilisée subit une décote importante sur le marché de l'occasion ?
- Le marché devient l'occasion d'échanges inefficaces.

3) L'information est imparfaite

- L'aléa moral.
- Se manifeste après la conclusion du contrat.
- Secteur des assurances : je suis assuré donc je peux être plus dangereux.

3) L'information est imparfaite

- Résoudre l'aléa moral ou la sélection adverse ?
- Réduire l'asymétrie d'information
- Théorie du signal
- Intervention de l'Etat

3) L'information est imparfaite

- Marché du travail : période d'essai, contrat de travail avec un salaire sur base du résultat...
- Marché de l'immobilier : processus de vente encadré par des diagnostics légalement obligatoires
- Marché des voitures d'occasion : mise en place de garanties sur la vente.
- Marché de l'assurance : auto-sélection des individus par la mise en place de contrats divers (avec franchise)

4) Marchés non concurrentiels

→ Des marchés convergent ou émergent dans des configurations non concurrentielles.

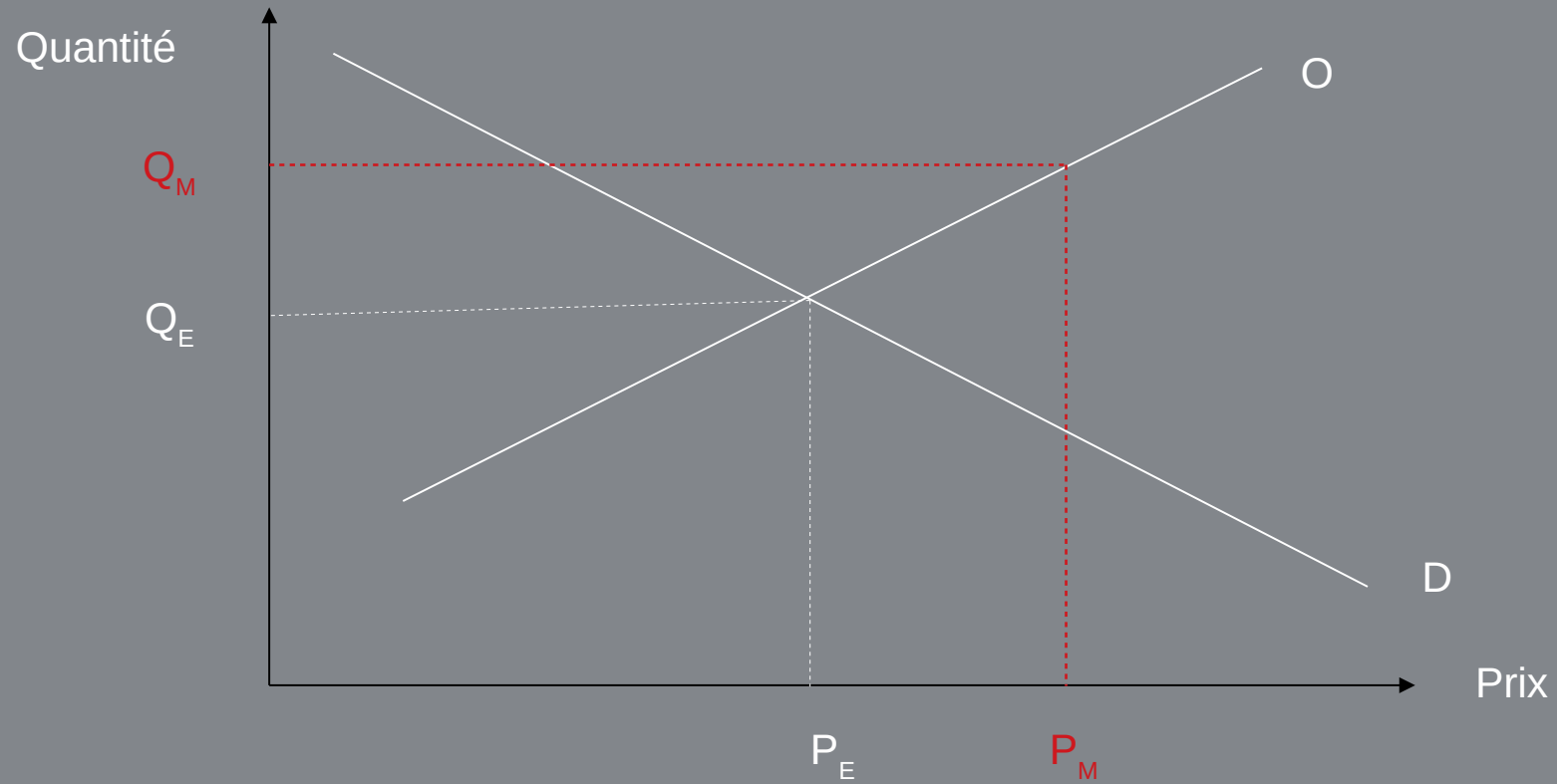
→ MONOPOLE

→ OLIGOPOLE

4) Marchés non concurrentiels

- Monopole naturel
- Monopole public
- Monopole d'innovation

4) Marchés non concurrentiels



4) Marchés non concurrentiels

$$\rightarrow P_M > P_E$$

→ Surplus moindre sur le marché.

4) Marchés non concurrentiels

Les palliatifs au monopole :

- Nationalisation
- Démantèlement (exemple de ATT, exemple de Standard Oil...)
- Tarif réglementé / imposé
- Baumol / Théorie des marchés contestables

4) Marchés non concurrentiels

→ Oligopoles

→ Ex : marché de l'assurance, des constructeurs automobiles, de la vente de céréales dans la grande distribution, de la téléphonie mobile...

→ Risque d'entente sur les prix

5) Les dérives du marché

- La production des offreurs dépend de leurs anticipations (cf Keynes) : on peut être en sous-production.
- Le marché peut dériver : inflation et déflation sont des phénomènes auto-entrenus qui distordent le système des prix.
- Solutions face à l'inflation ou la déflation ?

6) Dimensions de l'échange

Quand l'échange est régulé par le marché, seule la dimension financière de l'échange est prise en compte : quid de l'échange humain ? culturel ? Externalité ?

7) Autres limites

→ Des barrières à l'entrée :

- * Le fait que les entreprises en place verrouillent le marché (guerre des prix, intensités capitalistiques...)
- * Le fait qu'un Etat verrouille le marché (Loi de pureté de la bière allemande)

→ Non homogénéité des produits

7) Autres limites

- Limite à la rationalité des agents
- D'autres approches des interactions individuelles : la théorie des jeux.

Conclusion

- Des limites au marché
- Importance du rôle de l'État
- Vers de nouvelles formes de régulation
- Le marché en économie ouverte : une autre dimension