

Chapitre 2. Quelles sont les principales défaillances du marché ?

Table des matières :

[1 Les défaillances de marché concernent en premier lieu une allocation non optimale des ressources ou une régulation inefficace de ces ressources.](#)

[1.1 Les externalités sont une première forme de défaillance de marché.](#)

[1.1.1 Les externalités peuvent apparaître lors de la production ou de la consommation d'un bien ou service](#)

[1.1.2 Les externalités négatives liées à la pollution engendrent une perte de bien-être collectif](#)

[1.1.3 Les pouvoirs publics peuvent cependant intervenir pour "internaliser les externalités".](#)

[1.2 Le marché peut être défaillant en présence de biens communs ou de biens collectifs.](#)

[1.2.1. Les biens et services collectifs ne seront pas produits par le marché.](#)

[1.2.2 Les biens communs souffrent de surexploitation.](#)

[2. Les défaillances découlent ensuite des nombreuses asymétries d'information qui peuvent apparaître sur certains marchés.](#)

[2.1 Le manque de transparence entraîne aléa moral et sélection adverse](#)

[2.1.1 La sélection adverse apparaît quand le manque d'information porte sur les caractéristiques d'un bien ou d'un service](#)

[2.1.2 Lorsque l'information asymétrique pousse un agent à ne pas respecter parfaitement un contrat marchand, il y a aléa moral.](#)

[2.2 La sélection adverse peut mener à l'absence d'équilibre](#)

[2.2.1 Le marché des voitures d'occasion illustre la défaillance des marchés lorsqu'il y a sélection adverse](#)

[2.2.2. Des interventions publiques restent cependant possibles pour surmonter l'information asymétrique](#)

L'idéal d'un marché parfaitement concurrentiel est bien difficile à observer dans la réalité, comme nous l'avons déjà vu au chapitre 2 : les situations d'oligopoles ou de monopoles génèrent des marchés imparfaitement concurrentiels, qui nécessitent une régulation particulière des autorités. Il faut aussi désormais tenir compte des défaillances de marché, qui peuvent remettre en cause l'équilibre Offre/Demande attendu. La notion de défaillance est cependant différente de celle que nous avons définie pour les marchés imparfaits : il s'agit d'une situation dans laquelle le résultat de la régulation par le marché est inadéquat ou impossible, c'est-à-dire que l'on est incapable d'atteindre la situation optimale d'équilibre. Pour autant, il est possible que les conditions de la concurrence que vous avez vues au 1er chapitre soient toujours respectées. Deux grandes formes de défaillances peuvent être répertoriées : celles liées à des problèmes d'allocation des ressources, avec par exemple une surconsommation de certaines ressources mal évaluées ou sans coûts pour l'utilisateur (c'est alors la plupart du temps les quantités qui sont impactées) ; celles

liées à des stratégies des agents qui utilisent une information qu'ils sont les seuls à connaître sur un marché (dans ce cas, c'est généralement le prix qui est modifié).

1 Les défaillances de marché concernent en premier lieu une allocation non optimale des ressources ou une régulation inefficace de ces ressources.

1.1 Les externalités sont une première forme de défaillance de marché.

1.1.1 Les externalités peuvent apparaître lors de la production ou de la consommation d'un bien ou service

La plupart du temps, les agents économiques raisonnent en tenant compte d'abord des dépenses privées qu'ils doivent supporter : les producteurs cherchent le profit le plus élevé possible, en fonction de leurs coûts de production, les consommateurs dépensent selon leur budget et le bien-être ressenti en consommant. Cette logique vous semble parfaitement acceptable voire rationnelle. C'est oublier qu'il peut exister des conséquences non prises en compte par nos consommateurs ou producteurs lorsqu'ils agissent ainsi ! Il peut en effet exister des externalités positives ou négatives pour toutes les activités économiques.

Les économistes désignent par « externalité » ou « effet externe » le fait que l'activité de production ou de consommation d'un agent affecte le bien-être ou l'activité d'un autre sans qu'aucun des deux ne reçoive ou ne paie une compensation pour cet effet. L'externalité peut aussi concerner la collectivité : les conséquences de la production ou de la consommation peuvent affecter non pas un agent ou un groupe d'agents, mais la société toute entière. Une externalité présente finalement deux traits caractéristiques. D'une part, elle concerne un effet secondaire, une retombée extérieure d'une activité principale de production ou de consommation. Une externalité est donc une conséquence inattendue ou non souhaitée d'une activité économique. D'autre part, l'interaction entre l'émetteur et le récepteur de cet effet ne s'accompagne d'aucune contrepartie marchande. L'externalité n'engendre a priori pas de transaction pécuniaire : le marché ne la sanctionne ni positivement ni négativement de manière spontanée. Ainsi, lorsqu'un apiculteur décide d'installer ses ruches à proximité d'un champ de colza en fleurs, il souhaite simplement obtenir une production de miel, dont la valeur marchande correspond à son travail. Il n'envisage pas que la pollinisation du champ faite par ses abeilles augmente la production de graines de colza de l'agriculteur et ne demande pas à celui-ci une compensation financière pour service rendu. L'agriculteur, quant à lui, n' imagine pas que les fleurs de son champ sont une partie du succès commercial de notre apiculteur : il ne demande pas un droit d'utilisation de son champ par les abeilles !

Une externalité peut être positive ou négative selon que sa conséquence sur le bien-être ou l'activité économique est favorable ou défavorable. Les externalités positives désignent donc les situations où un acteur est favorisé par l'action de tiers sans qu'il n'ait à payer. C'est une situation assez fréquente en économie : la vaccination faite par un médecin contre des maladies contagieuses permet aux entreprises de son secteur géographique de subir moins d'arrêts maladie, et donc de produire plus ; les aménagements urbains faits par une municipalité peuvent augmenter la valeur des logements des propriétaires privés de la ville, une augmentation du nombre d'utilisateurs d'un réseau rend plus intéressant son utilisation par d'autres (ainsi en est-il par exemple de votre téléphone portable et des réseaux sociaux que vous utilisez : plus nombreux sont les correspondants accessibles car équipés en téléphone et applications, plus l'abonnement devient intéressant pour vous – et plus les fournisseurs pourront vous vendre des forfaits -)... Les externalités négatives sont tout aussi fréquentes : l'un des premiers exemples historiques est celui de la locomotive à vapeur (qui se développe au XIX^{ème} siècle favorisant le transport des voyageurs et des marchandises) qui déclenche sur son passage des incendies, détruisant les récoltes ou les forêts du fait du rejet de cendres de charbon encore incandescentes. Le préjudice économique des incendies résulte alors du développement des lignes de chemins de fer. Aujourd'hui, la locomotive à charbon a bien souvent été remplacée par l'automobile : l'externalité négative est désormais celle issue des accidents causés par des voitures ou des bouchons ! Les automobilistes, en utilisant le bien qu'ils ont acheté, créent la congestion du trafic, les retards, la surconsommation d'essence, pour tous les autres utilisateurs de la route...

1.1.2 Les externalités négatives liées à la pollution engendrent une perte de bien-être collectif

Les défaillances de marché sont particulièrement mises en évidence lorsqu'une pollution environnementale crée une externalité négative.

Lorsqu'une usine pollue son environnement en rejetant des déchets issus de sa production, elle inflige d'abord une nuisance aux habitants situés à proximité. Cette pollution n'est pas exclusivement liée à des rejets toxiques, elle peut aussi être visuelle ou sonore par exemple. Cette pollution va affecter le bien être des habitants, mais aussi leur engendrer des coûts au départ non prévus : certains vont devoir se protéger des nuisances en équipant leur logement de barrières contre le bruit, d'autres peuvent avoir à supporter des dépenses de santé importantes en cas de problèmes respiratoires, etc. De même le prix des habitations les plus proches de la pollution peut drastiquement baisser. Toutes ces conséquences économiques constituent le coût social de la pollution, celui que le producteur de la pollution fait supporter aux autres agents économiques. Par ailleurs, cette pollution va modifier les équilibres naturels ce qui, de manière indirecte dans ce cas, peut affecter le bien-être de certains agents, mais surtout peut se traduire par des dommages environnementaux irrémédiables ! La pollution peut détruire finalement l'environnement et remettre en cause notre développement durable. Parmi l'ensemble des coûts sociaux, il faut donc tenir compte du coût environnemental de la pollution, bien qu'il soit très difficile à mesurer précisément.

Toutes les externalités liées à la pollution vont alors fausser le jeu du marché, qui donne un prix de production des biens et services sans tenir compte de ces différents coûts. Mais mesurer cette défaillance du marché est généralement bien difficile : comment déterminer l'effet économique des impacts environnementaux, sanitaires, et sociaux ? Comment intégrer les modifications des valeurs économiques annexes (le prix de l'immobilier, le prix des matières premières agricoles touchées par la pollution, etc.) ? Dans le cas d'une pollution de l'air, on peut ainsi lister, de manière non exhaustive, plusieurs types de coûts : Certains coûts sont assez facilement mesurables, comme ceux correspondant aux dépenses de prévention, mais pour la majorité des coûts présentés, il sera difficile d'en déterminer une valeur monétaire (comment mesurer la valeur de la destruction de la biodiversité ?). Pour autant, on l'observe bien, une externalité négative fait que les principes mêmes du marché sont défaillants : le prix d'équilibre est trop éloigné de ce que devrait être sa vraie valeur économique, si on intégrait tous les coûts induits par sa production.

1.1.3 Les pouvoirs publics peuvent cependant intervenir pour "internaliser les externalités".

Face à cette défaillance de marché, une régulation s'impose : les pouvoirs publics peuvent intervenir pour limiter les effets externes négatifs ou au contraire favoriser les externalités positives. Il faut alors réussir à internaliser les effets externes, comme le disent les économistes. Un mécanisme de correction du marché doit modifier le coût de production de l'émetteur, par exemple de la pollution pour lui faire prendre conscience des effets de son activité. Pour cela, les instruments à la disposition des pouvoirs publics peuvent alors être classés en trois catégories, consistant en général à faire appliquer le principe pollueur-payeur.

La réglementation est la solution la plus fréquente : elle consiste à interdire ou au contraire à rendre obligatoire certains comportements à l'origine des externalités. L'édiction de normes d'émission polluante maximum pour les véhicules, la circulation interdite ou alternée les jours de forte pollution en sont des exemples évidents. Ce type d'instrument, s'il n'est pas accompagné de mesures économiques, revient dans le cas d'externalités négatives, à faire peser la charge sur l'émetteur finale de la pollution.

Les incitations économiques sont aussi utilisées et préconisées par de nombreux économistes elles prennent le plus souvent la forme de taxes ou de subventions, sur les activités génératrices d'externalités. Le taux de taxe ou de subvention doit être idéalement fixé de manière à représenter le coût ou l'avantage associé à l'externalité. Les éco-taxes, dont le montant dû dépend des quantités de polluants émis, ont ainsi pour objectif d'impliquer le pollueur en lui faisant supporter le coût social de la pollution. Elles portent généralement sur le producteur et l'émetteur final de la pollution (qui est le consommateur).

La création de marchés est plus anecdotique, mais privilégié par certains libéraux : cela consiste à attribuer des droits de propriétés sur une ressource naturelle ou sur une pollution. Le propriétaire est alors incité soit à préserver sa ressource, soit à limiter son

droit à pollution, de manière à pouvoir le revendre. Cela touche donc prioritairement le producteur de l'émission. C'est le cas des marchés de quotas d'émission carbone en vigueur en Europe par exemple.

1.2 Le marché peut être défaillant en présence de biens communs ou de biens collectifs.

En économie, les biens et services disponibles se décomposent en fonction de deux caractéristiques, liés à leur usage et à la manière de se les approprier. Le critère de rivalité est lié à l'usage et à la consommation des biens : un bien rival ne peut être consommé simultanément que par un seul utilisateur. Le critère d'exclusion est lié à l'appropriation et à la capacité à réserver le bien aux seuls acheteurs : un bien exclusif ou excluable n'appartient qu'à celui qui l'a payé, et qui pourra donc se réserver son utilisation. Le marché permet généralement d'échanger de manière satisfaisante les biens à la fois rivaux et exclusifs. Pour autant, ceux-ci ne sont qu'une partie des biens disponibles ! Lorsque l'un des deux critères n'est pas respecté, le marché peut devenir défaillant, comme nous allons le voir pour les biens et services collectifs et les biens communs.

1.2.1. Les biens et services collectifs ne seront pas produits par le marché.

Les biens et services collectifs ont la caractéristique d'être à la fois non rivaux et non exclusifs (ou non excluables) : la consommation d'un agent n'empêche pas celle des autres et il est impossible d'en empêcher l'accès par un système de prix. Dans cette situation, le marché devient inefficace : les entreprises privées n'ont aucun intérêt à produire, car elles ne peuvent faire payer le bien ou le service, qui reste par ailleurs disponible pour une consommation mutualisée ou collective.

Prenons le cas d'un éclairage des voies publiques : ce service est mutualisé, puisqu'il n'est pas possible de réserver la lumière diffusée à un utilisateur particulier qui cacherait toute la clarté aux autres, et il est difficile d'envisager un éclairage payant, car qui voudrait bien payer pour que d'autres en profitent gratuitement ? Dans ce cas, le recours au marché n'est pas possible : il y aurait un risque trop important de comportement de passager clandestin : l'utilisateur qui ne paierait pas profiterait du service ... financé par celui qui paierait. Vous n'avez donc jamais vu de lampadaire équipé d'un système de paiement pour pouvoir fonctionner... Bien évidemment, les biens et services collectifs ne se limitent pas à notre éclairage public : on peut penser aux services publics d'éducation ou de défense nationale, aux routes, aux bancs des jardins publics, etc.

Ces biens et services collectifs seront donc généralement fournis sans contrepartie monétaire directe, grâce à l'intervention des pouvoirs publics. La mise à disposition de ces biens collectifs peut alors se faire de différentes façons. Dans certains cas, et c'est bien sûr le plus fréquent, il y aura une gestion directe par un monopole public ou par un service public qui offrira à tous la même prestation. L'école publique en est un bon exemple (par contre, dans le cas du site webclass que vous regardez, c'est une association d'enseignants qui vous propose le cours, sans aucune contrepartie !). Les pouvoirs publics peuvent tout aussi bien choisir de confier à une entreprise privée la fourniture d'un bien ou

d'un service collectif, entreprise qui aura un cahier des charges à suivre et qui sera rémunérée par la collectivité publique. C'est le cas du service d'enlèvement des ordures ménagères dans la majorité des communes par exemple. Enfin, la délégation de service public est une dernière solution : une entreprise privée est chargée par l'Etat d'assurer un service public, et elle fait payer directement une partie ou la totalité de son service aux usagers, comme dans le cas de l'adduction d'eaux potables dans certaines villes en France . Bien évidemment, l'absence de contrepartie directe financière des utilisateurs ne signifie pas que le bien ou le service collectif sont totalement gratuits : les pouvoirs publics vont le financer par des impôts ou des taxes...

1.2.2 Les biens communs souffrent de surexploitation.

La situation des biens communs est toute différente et il ne faut pas confondre biens communs et biens collectif. Dans le cas des biens communs, il y a à la fois rivalité, contrairement aux biens collectifs, et non exclusion : s'il n'y a pas de mécanismes de prix permettant l'appropriation, c'est parce que le bien commun n'est la propriété de personne : il ne peut y avoir de transfert de droit de propriété. Pour autant, la consommation faite par les uns ne laisse plus le bien disponible pour les autres. On peut donner comme exemple historique de biens communs celui des pâturages communaux qui existaient encore en France dans de nombreuses communes d'Auvergne au début du XXème siècle. Tous les éleveurs, et notamment les plus pauvres, possédants le moins de terre, pouvaient laisser paître leurs animaux sur ces terrains communaux (c'est le critère de non exclusion). Mais l'herbe mangée par leur troupeau ne pouvait plus être mangée par un autre (c'est le critère de rivalité). Vous imaginez la suite : une forme de compétition pouvait donc exister entre les éleveurs pour être le premier à utiliser le terrain communal et ainsi avoir le plus d'herbe pour ses animaux... avec le risque de consommer toute la ressource ! • Cette surexploitation est le principal risque pour les biens communs, et est à l'origine de la défaillance de marché : une absence de régulation par le marché et son système de prix engendre un risque de surconsommation ou d'appropriation : il n'y a pas de prix pour limiter la consommation de la ressource. La rationalité individuelle incite en effet les individus qui se partagent le bien commun à le surexploiter pour en retirer l'utilité la plus importante, avant que d'autres n'aient eu le temps de faire de même. En cherchant à maximiser son utilité, chacun contribue donc à épuiser rapidement la ressource. On parle même dans certains cas de véritable tragédie des biens communs, qui seraient inexorablement détruits par la surconsommation. On peut appliquer cette logique à l'eau surexploitée pour l'irrigation des terres agricoles dans le monde. Vous connaissez sans doute l'exemple de l'assèchement de la mer d'Aral, autrefois quatrième lac du monde qui a perdu 50 % de sa surface depuis 1960, 14 mètres de profondeur et 60 % de son volume sous l'effet de l'irrigation, mais vous devez aussi savoir qu'en France, de nombreux cours d'eaux secondaires disparaissent chaque année sous l'effet des captations d'eaux pour l'arrosage des terres agricoles. Il en est de même des stocks de poissons qui baissent et sont surpêchés à des seuils qui ne permet plus le renouvellement des espèces.

Les pouvoirs publics disposent heureusement de plusieurs moyens d'actions pour limiter cette surexploitation : ils suppléent donc à l'inefficacité du marché. Parmi les différents outils possibles, on peut repérer trois logiques. La première consiste à s'appuyer sur la

volonté de s'auto-organiser, dans une logique d'économie solidaire, pour « gouverner en commun les biens communs ». Elinor Ostrom, prix Nobel d'économie en 2009, a ainsi montré qu'il était possible de conclure des accords volontaires contraignants pour partager une ressource comme l'eau aux Etats Unis en Arizona, avec la coopération des différents utilisateurs locaux, sous l'égide d'agences publiques. La seconde logique s'appuie sur la réglementation et l'obligation légale de respecter des seuils d'usage : en France, des quotas de pêche régulent par exemple l'exploitation des coquilles Saint-Jacques en Bretagne, avec des volumes à ne pas dépasser, des tailles minimales pour les coques pêchées, et un calendrier à respecter. Enfin, dans une perspective libérale, la solution peut être de donner des droits de propriétés à des exploitants, qui seront donc contraints de ne pas surexploiter leurs ressources s'ils veulent pouvoir continuer leurs activités économiques. C'est la solution historique des « enclosures » en Angleterre, quand les pâturages communaux ont finalement été clos et partagés entre les agriculteurs, chacun ayant la charge de son terrain privé.

2. Les défaillances découlent ensuite des nombreuses asymétries d'information qui peuvent apparaître sur certains marchés.

2.1 Le manque de transparence entraîne aléa moral et sélection adverse

Les conditions de la concurrence pure et parfaite supposent que l'information sur la qualité, la quantité ou les prix des biens et services échangés sur un marché est parfaitement la même pour tous : il y a, disent les économistes, transparence de l'information. Or, dans de très nombreux cas réels, cette information est imparfaite et asymétrique : un agent peut disposer d'une information particulière dont l'autre n'a pas connaissance. Cette information asymétrique est à l'origine de nouvelles défaillances de marché.

2.1.1 La sélection adverse apparaît quand le manque d'information porte sur les caractéristiques d'un bien ou d'un service

Une première défaillance de marché apparaît lorsqu'il y a une situation de sélection adverse. La sélection adverse correspond à une asymétrie d'information portant sur le bien ou le service proposé sur un marché : un agent (le vendeur ou l'acheteur) dispose d'une information cachée pour l'autre agent. Cela peut concerner un produit à acheter, mais aussi par exemple les caractéristiques d'une personne à assurer pour un assureur. Les exemples de telles asymétries d'information sont nombreux : un travailleur connaît mieux sa capacité d'effort que l'employeur qui pourra l'embaucher sur le marché du travail

; un vendeur de produits d'occasion sur un site en ligne connaît parfaitement l'état de ses produits, au contraire des acheteurs potentiels qui n'ont qu'un descriptif partiel et quelques photos pour choisir s'ils achètent ou non ; l'entreprise qui propose d'assurer de l'électroménager sur 5 ans dispose de l'information sur les probabilités de pannes de ses produits, etc. Vous le voyez, ces exemples montrent que dans la majorité des cas c'est l'offreur qui détient l'information, cependant dans quelques situations, le demandeur peut être avantagé : on peut penser au marché de l'assurance santé, où celui qui souhaite s'assurer connaît mieux ses risques de maladies et les éventuelles pathologies issues de sa famille que l'assureur.

Ces asymétries d'information vont finalement conduire à mal sélectionner et évaluer le produit ou le service, et donc à commettre certaines erreurs lors du contrat. Celui qui dispose de l'information a en effet tout intérêt à la dissimuler ! Au final, en situation de sélection adverse, on peut choisir et acheter des produits de mauvaise qualité par manque d'information, on peut payer un bien ou un service trop cher, on peut acquérir des biens ou des services dont l'utilité est faible, etc. Le marché concurrentiel ne peut donc plus fonctionner efficacement : le prix n'est plus un parfait signal de la valeur du bien, puisque, pour un même prix, il est possible d'obtenir des biens de qualités différentes. Le prix ne peut plus jouer son rôle d'information.

2.1.2 Lorsque l'information asymétrique pousse un agent à ne pas respecter parfaitement un contrat marchand, il y a aléa moral.

La deuxième défaillance de marché apparaît en situation d'aléa moral. L'aléa moral est différent de la sélection adverse dans le sens où lors de la signature du contrat de vente il n'y pas d'asymétrie d'informations sur la nature des biens et services échangés. L'aléa moral se produira seulement si un des participants à l'échange change de comportement après signature du contrat, lors de l'exécution du contrat : celui-ci abandonne ou s'éloigne du comportement qui était attendu par cet échange, ce qui n'était pas nécessairement prévisible au départ et ce qui n'est pas forcément contrôlable après l'échange par manque d'informations sur le comportement réel de l'exécutant du contrat.

L'aléa moral concerne notamment les marchés de l'assurance. Prenons l'exemple d'une assurance habitation contre le vol et l'incendie : l'assuré prendra-t-il autant de précautions après s'être assuré qu'il en prenait avant pour éviter vol et/ou incendie. Au contraire, se sachant protéger, ne va-t-il pas multiplier les comportements risqués, comme laisser des prises électriques défectueuses, oublier de fermer à double tour sa porte d'entrée ? L'assurance automobile est un autre exemple classique : un conducteur assuré peut être moins vigilant ou peut modifier sa conduite lorsqu'il sait que son contrat d'assurance le protège et qu'il n'aura pas à prendre en charge financièrement les sinistres. Bien évidemment, l'existence d'un tel comportement modifie la nature de l'équilibre par rapport à celui attendu avec des agents rationnels et prévisibles. Lorsqu'il y a aléa moral, le problème est donc d'inciter l'agent qui dispose d'une information privée (le conducteur) à prendre une décision optimale pour l'individu non informé (l'assureur). C'est pourquoi les assureurs font payer des surprimes aux jeunes conducteurs, c'est-à-dire ceux pour qui

l'asymétrie d'information est la plus forte puisqu'ils débutent et n'ont jamais révélé leurs comportements. Ces surprimes diminuent ensuite s'il n'y a pas de sinistres, et les assureurs accordent finalement des bonus aux conducteurs n'ayant pas d'accidents pour les inciter à rester précautionneux (ou au contraire, imposent des malus aux « mauvais » conducteurs). Le problème est donc bien différent de celui rencontré dans le cas de la sélection adverse, où l'individu non informé doit sélectionner un bon partenaire ou un bon produit.

2.2 La sélection adverse peut mener à l'absence d'équilibre

2.2.1 Le marché des voitures d'occasion illustre la défaillance des marchés lorsqu'il y a sélection adverse

Pour montrer que l'équilibre Offre/Demande n'est plus parfait en cas d'asymétrie d'information, on utilise fréquemment l'exemple du marché des voitures d'occasion, reprenant ainsi la démonstration de G. Arkerlof dans un article de 1970, « The Market of lemons » (Lemons étant un terme permettant de désigner les voitures de mauvaise qualité, les « bagnoles »).

Nous avons vu précédemment que la sélection adverse était une situation où, en amont de l'acte d'achat, un acteur disposait d'une information que l'autre n'avait pas. C'est exactement ce que l'on retrouve sur le marché des voitures d'occasion : le vendeur connaît l'état réel des éléments mécaniques de sa voiture, sait s'il l'a correctement entretenue ou pas, comment il conduit, si le véhicule a été accidenté ou non, etc. L'acheteur potentiel n'est pas en mesure de tout vérifier et sa seule information est finalement le prix du véhicule. Donc, si le véhicule paraît trop cher par rapport aux quelques données visibles pour l'acheteur et par rapport à sa cote habituelle, il ne sera pas acheté. Un prix trop bas est aussi refusé : cela peut être le signe qu'il y a des défauts cachés et que le vendeur souhaite se séparer rapidement de son « lemons ». Le prix moyen des voitures d'occasion ainsi établi a cependant un inconvénient important : les vendeurs ayant de bons véhicules ne sont pas incités à les vendre puisqu'ils n'ont pas d'avantages monétaires par rapport autres vendeurs, et les possesseurs de « lemons » ont intérêt à les vendre au prix moyen, et non pas moins cher, pour cacher leurs défauts ! La proportion de véhicule de mauvaise qualité augmente donc sous l'effet du retrait de meilleures voitures. Cependant, plus la proportion de voitures de mauvaise qualité est forte sur le marché d'occasion, plus la demande baisse (les acheteurs ne sont pas totalement désinformés quand même...), ce qui entraîne finalement une baisse du prix des voitures d'occasion. Le prix faible amène les vendeurs de voitures de qualité moyenne à se retirer du marché, ce qui augmente alors la proportion de vendeurs malhonnêtes. On refait alors un nouveau tour, avec une baisse de prix sur le marché d'occasion via la baisse de la qualité moyenne, ce qui écarte les vendeurs "à peu près honnêtes"... jusqu'au moment où il n'existe finalement plus aucun marché d'occasion. Au final, seuls restent sur le marché les vendeurs avec les voitures ayant le plus de vices cachés (le marché aboutit donc à sélectionner les plus mauvais véhicules !), mais les acheteurs ont disparu.

Un défaut trop important de transparence sur un marché peut donc nuire au bon fonctionnement de celui-ci, voire conduire à la disparition totale du marché, puisque le prix d'équilibre devient impossible à déterminer.

2.2.2. Des interventions publiques restent cependant possibles pour surmonter l'information asymétrique

Les agents privés peuvent tenter de limiter les effets des asymétries d'information, comme nous l'avons vu précédemment avec les assureurs appliquant le principe du bonus-malus. Les pouvoirs publics ont aussi la possibilité d'intervenir pour rétablir les conditions d'un équilibre de marché qui sera satisfaisant pour les offreurs et les demandeurs. L'intervention publique a pour objet, en général, de générer de l'information ou des obligations sur les produits échangés, de manière à renforcer l'information des consommateurs, qui sont les premiers lésés en cas d'asymétrie d'information.

Les fabricants sont ainsi soumis à des réglementations sur les normes de fabrication et d'étiquetage des produits : cela permet résoudre en partie la défaillance de marché qu'est l'asymétrie d'information entre le producteur et le consommateur. Ainsi, si ce dernier ne connaît pas la composition nutritionnelle des produits alimentaires, il ne pourra pas correctement arbitrer entre ses désirs présents et les risques de santé futurs. C'est pourquoi depuis 2016, pour mieux informer les consommateurs sur la qualité des produits, la déclaration nutritionnelle est obligatoire sur les emballages alimentaires. Sous forme de tableau, cette déclaration indique la valeur énergétique des produits, la teneur en graisse, d'acides gras saturés, de glucides, de sucres, de protéines et de sel pour 100g ou 100ml de produit, etc. D'autres normes d'information obligatoire existent pour la traçabilité des produits, leurs durées limites de consommation, etc. Notons aussi que pour vendre des véhicules d'occasion, il est obligatoire d'avoir réalisé les contrôles techniques obligatoires qui améliorent l'information de l'acheteur potentiel.

Les pouvoirs publics peuvent aussi choisir de certifier la qualité de certaines productions, à la demande des producteurs. C'est le cas des labels qui attribuent à un produit un signe d'authentification spécifique. L'idée est alors de récompenser ceux qui respectent des normes officielles de qualité. Vous avez ainsi sans doute déjà acheté des produits portant le label AB, pour les produits issus de l'agriculture biologique, des produits label rouge, signe d'une qualité supérieure, etc., et cela a signifié pour vous une certaine garantie, qui vous a incité à préférer ces produits à d'autres pour lesquels vous n'aviez pas d'information. Ces labels peuvent certifier l'origine géographique des produits, leurs conditions de production, le caractère éthique de la rémunération des producteurs, en limitant le risque de sélection adverse. Ces labels sont donc un moyen d'indiquer aux consommateurs vers quels produits ils peuvent se porter.

Les pouvoirs publics ont donc un rôle de tiers de confiance, ce qui permet aux marchés de fonctionner plus facilement.