

Fiche-concept : **INFORMATION ASYMÉTRIQUE**

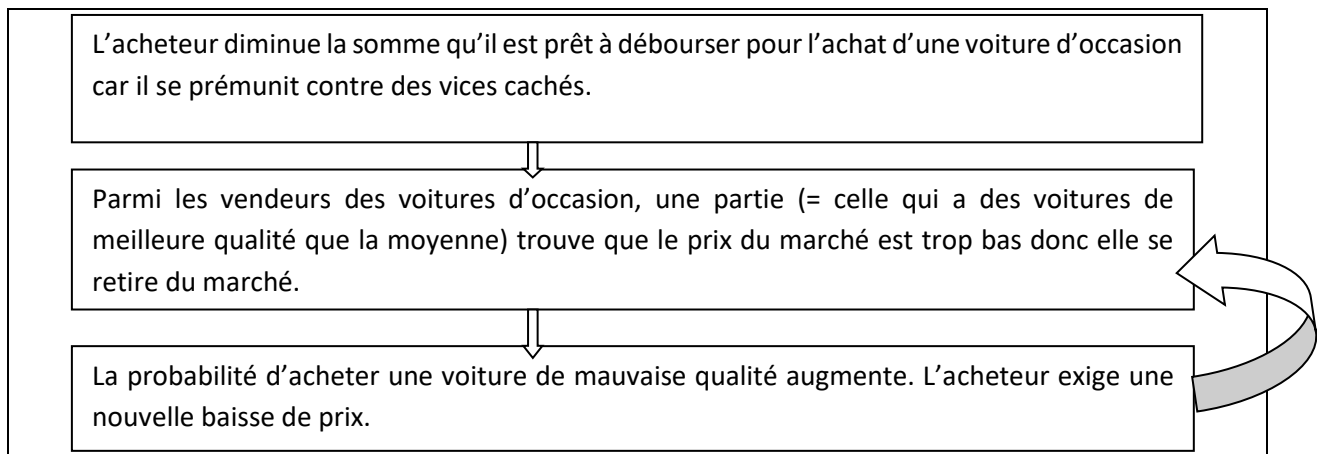
Définition : les différents agents économiques sur un marché ne disposent pas des mêmes informations. Certains agents économiques sont mieux informés que d'autres. L'information asymétrique peut concerner les caractéristiques du bien ou service mis en vente sur le marché, ou le comportement des agents économiques.

Exemples d'illustration :	Contre-exemple :
<ul style="list-style-type: none">- une personne souhaite acheter un véhicule d'occasion mais ne sait pas évaluer la qualité des voitures mises en vente. (Sélection adverse)- un employeur ignore si un futur salarié potentiel possède réellement toutes les qualités évoquées lors de l'entretien d'embauche. (Sélection adverse)- un banquier ignore si le ménage à qui il a accordé un prêt, sera à même de le rembourser. (Aléa moral)- un patient ne sait pas si la pose d'une couronne était la solution la plus adaptée ou si son dentiste aurait pu lui proposer un nouveau plombage. (Aléa moral)- une compagnie d'assurance ne sait pas si le conducteur qui vient de souscrire une police (un contrat) roule prudemment. (Aléa moral)	<ul style="list-style-type: none">- une personne qui souhaite acheter un véhicule d'occasion peut évaluer la valeur des véhicules sur le marché car chaque voiture a passé un contrôle concernant 133 points auprès d'une entreprise indépendante qui certifie la qualité des voitures. (Acheteurs et vendeurs disposent de l'information après que les pouvoirs publics ont créé l'obligation de passer un contrôle technique avant de mettre en vente une voiture)

Sous-notions :

- **L'information asymétrique** pose des problèmes pour le fonctionnement des marchés dans deux cas : la sélection adverse (avant la signature d'un contrat) et l'aléa moral (après la signature du contrat).
- **La sélection adverse** (ou anti sélection) : situation où l'asymétrie d'information conduit à sélectionner les pires produits. Ainsi, le marché des voitures d'occasion ne présente que des « lemons » = « vieux clous » ou « tacots » (G Akerlof, « the market of lemons »).
- **La sélection adverse** est une **défaillance du marché** car les mauvais produits chassent les bons, le marché disparaît, il n'existe plus d'équilibre entre les quantités offertes et demandées puisque le marché s'est effondré. L'exemple le plus connu est celui du marché des voitures d'occasion (Akerlof).

- Schéma montrant le cercle vicieux qui conduit à la disparition du marché :



- **L'aléa moral** (ou risque moral) : un des agents économiques peut dissimuler son comportement au détriment de l'agent économique qui dispose de moins d'informations. C'est une des formes de l'asymétrie de l'information. Une des parties du contrat peut difficilement contrôler que l'autre agit conformément à ses engagements. **L'aléa moral** se constate dans différents domaines (marché du travail, prêt bancaire) et notamment dans le secteur de l'assurance. Par exemple le fait d'être assuré peut inciter à adopter un comportement plus risqué mais les assureurs peuvent difficilement contrôler que les assurés prennent davantage de risques. Ainsi, dans le cas de l'assurance maladie, l'assuré peut, une fois qu'il est assuré, effectuer moins d'actes de prévention (aléa moral *ex ante*), ou encore il peut surconsommer des soins (aléa moral *ex post*). Dans le cas du chômage, l'existence d'une assurance chômage peut modifier le comportement de recherche d'emploi. Dans le cas de **l'aléa moral**, l'information asymétrique augmente la survenue d'un risque ce qui est inefficace puisque le but de l'assurance est de se protéger contre les risques, il s'agit donc bien d'une **défaillance du marché**.

Notions liées :

• **Défaillances du marché** : situations dans lesquelles la régulation par le marché est inefficace (ne conduit pas à la meilleure situation pour la société) voire impossible.

• **Interventions des pouvoirs publics** face aux informations asymétriques :

Cas de la **sélection adverse** : normes pour informer les acheteurs sur les caractéristiques des produits mis en vente sur un marché. (ex : contrôle technique obligatoire, 133 points de contrôle réalisé par des entreprises indépendantes). L'objectif est d'obliger à dévoiler (révéler) la qualité des produits et d'éviter au marché des véhicules d'occasion de s'effondrer.

Cas de **l'aléa moral** : incitations pour réduire les comportements qui augmentent l'occurrence d'un risque. (ex : franchise médicale, contrôle des actes de recherche d'emploi et allocations chômage dégressives au cours du temps). L'objectif est de réduire l'occurrence d'un risque, et d'éviter au marché de l'assurance de s'effondrer.

À savoir :

- expliquer ce qu'est l'information asymétrique.
- illustrer les deux principales formes d'information asymétrique : la sélection adverse et l'aléa moral.
- expliquer en quoi la sélection adverse et l'aléa moral sont des défaillances du marché.
- exposer l'exemple des voitures d'occasion pour illustrer la sélection adverse.
- montrer que la sélection adverse peut mener à l'absence d'équilibre (puisque le marché s'effondre).
- exposer l'exemple de l'assurance pour illustrer l'aléa moral.
- illustrer l'intervention des pouvoirs publics face à la sélection adverse et face à l'aléa moral.

Critiques, débats :

- Sur les effets de l'assurance chômage, une lettre de Trésor Éco, n° 188, décembre 2016, « L'indemnisation du chômage en France au regard des pratiques européennes », téléchargeable : <https://www.tresor.economie.gouv.fr/Articles/7ff13826-7c52-4c45-a1d9-8ef78d196483/files/4f070c9f-a96e-4f47-a2be-291258ec8ff8>
- Une enquête de Pôle emploi (septembre 2015) : http://www.pole-emploi.org/files/live/sites/peorg/files/documents/Statistiques-et-analyses/E&S/eets_n18_reprise_emploi_des_de39619.pdf
- L'inefficacité des allocations dégressives : un working paper de B Coquet (OFCE) téléchargeable : <https://www.ofce.sciences-po.fr/pdf/dtravail/WP2017-01.pdf>

Bibliographie, sitographie :

- Akerlof G, « *The market for lemons : quality uncertainty and the market mechanism* », *Quarterly Journal of Economics*, 1970. L'article traduit est disponible en ligne : <http://excerpts.numilog.com/books/9782749501873.pdf>
- Pannequin F, « Les imperfections de l'information et la théorie des contrats », *Cahiers français*, n° 363, Juillet-août 2011.