

INTERROGATION ÉCRITE N°3

NOM :

CONSIGNES :

- 1 - Répondre aux questions sans recopier ni paraphraser les textes et en utilisant vos connaissances du cours ;
- 2 - Accompagner vos affirmations d'explications ;
- 3 - Bien définir les termes utilisés ;
- 4 - Vérifier l'orthographe et l'expression ;

THEME : Les échanges marchands et non marchands

Document 1 – Ventes de disques en France Ventes en magasins TTC et téléchargement légal sur Internet hors mobile

En millions d'unités	2006	2007	Évolution
Nombre d'albums vendus	70.6	67	-5.1%
→ En magasins	69.5	65.4	-5.9%
→ Sur les plateformes de téléchargement internet	1.1*	1.6*	+45.5%
Nombre de singles/titres vendus	28.8	22.6	-21.5%
→ En magasins	17.3	9.2	-46.9%
→ Sur les plateformes de téléchargement internet	11.5	13.4	+16.5%

Source : Site Internet du Syndicat National de l'édition Phonographique (SNEP) , juillet 2008

* estimations

2 - Une fois de plus, l'économie redécouvre ce que l'anthropologie sait de longue date : l'importance du don. Quand apparurent les échanges de fichiers musicaux et de films "de pair à pair" (P2P) sur Internet, de nombreux experts prédirent, sur la base de l'hypothèse d'un comportement "économique rationnel" des individus, que tout le monde voudrait utiliser le P2P égoïstement - charger des fichiers - sans se donner la peine de créer des fichiers à la disposition des autres, et que donc cela ne fonctionnerait pas, ou marginalement.

Or, pas du tout : les échanges P2P ont véritablement explosé. Quelles qu'en soient les raisons - estime de soi, sentiment d'appartenance, volonté de reconnaissance ou plaisir de violer sans danger excessif des règles qu'on juge absurdes -, c'est un fait : une part importante de l'humanité désire donner. Désir longtemps contenu par le coût du don matériel. Désir désormais libéré, puisque donner un fichier numérique ne coûte pratiquement rien, alors que ce fichier peut avoir une grande valeur pour celui qui, à l'autre bout du monde, le reçoit. Désir qui serait frustré par toute tentative d'entraver les échanges privés sur Internet. [...]

Ce que met donc en danger le P2P, c'est avant tout "l'économie de la Sierra Madre" qui caractérise ces industries. Que signifie ce concept économique, apparu dans les années 1990 pour désigner les processus où "le gagnant rafle tout" ? Tout l'or de la Sierra Madre, s'il était équitablement partagé entre les prospecteurs qui se lancent à sa recherche, leur procurerait un revenu décent. Mais l'économie de la prospection minière est telle que seuls quelques-uns trouveront les filons et feront fortune, tandis que les autres auront tout perdu. S'agissant de la musique, le phénomène se manifeste ainsi : avant le disque, un chanteur d'opéra célèbre gagnait peut-être 20 fois plus que le chanteur moyen. Maria Callas avec le disque noir(1), 200 fois plus. Luciano Pavarotti avec la télévision, les CD et les DVD, 2000 fois plus (chiffres donnés ici à titre de simple illustration du phénomène).

(Source : Pierre-Noël Giraud, professeur d'économie à l'ENS des Mines de Paris, Le Monde, 6 mai 2004)

3 - L'internaute est à la source du système. Il l'alimente, le modifie sans cesse. Grâce à la technologie du Web participatif, l'innovation vient du bas de la pyramide, c'est-à-dire des simples gens. Ce fonctionnement est à l'opposé de l'"ancienne" économie, où une usine fabriquait un produit pour le vendre, où un journal traitait l'information pour ensuite la publier.

Sociologiquement, ce que nous observons n'est déjà plus un épiphénomène mais une tendance lourde. [...] C'est justement la raison pour laquelle cette tendance a des chances de durer. Il n'est pas utile de faire des investissements gigantesques pour développer un site, un blog ou écrire dans Wikipédia. De plus, l'audience créée attire les annonceurs publicitaires, donc un business model existe. Même si un blog n'est lu que par cinq personnes, il sera possible, à l'avenir, de connaître le profil de ces utilisateurs et de leur envoyer de la publicité ciblée. Ces sites sont d'ailleurs en train de devenir des marques. MySpace ne veut plus seulement mettre des gens en contact, mais aussi permettre à ses membres de vendre leur musique en ligne. Le rachat de YouTube par Google [...], montre que des modèles économiques sont en train de se bâtir.

(Source : Laure Belot et Nathalie Brafman, Le Monde, 22 octobre 2006)

Q1 – Faites une phrase avec les deux données soulignées (document 1) (2 points)

Q2 – Quelles sont les caractéristiques d'une relation marchande? (3 points)

Q3 – Expliquez la phrase soulignée du document 2 (2 points)

Q4 – Comment le développement du gratuit permet-il de créer de nouveaux échanges marchands? (Document 3) (3 points)

Synthèse :

A l'aide des documents et des notions vues en cours, construisez une argumentation permettant de répondre à la question suivante : le développement des échanges non marchands remettent-ils en cause la marchandisation du monde ? (10 points)

CORRIGE

Q1 – En France, en 2007, les ventes de disques singles, réalisées sur des plateformes de téléchargement, représentaient 13,4 millions de chansons, soit une augmentation de 16,5% par rapport à 2006.

Q2 – Une relation marchande présente trois caractéristiques :

- Offreurs et demandeurs échangent des biens et des services sur le marché en acceptant le prix fixé par le marché. Dans ce cas le produit est échangé contre de la monnaie.
- Le bien échangé a une utilité pour les deux coéchangistes. Il doit satisfaire un besoin pour l'acheteur. Il doit rapporter un profit à l'offreur.
- Offreurs et demandeurs se sont livrés à un calcul avant de passer à l'échange. Le bien échangé est celui qui maximise le profit ou la satisfaction du consommateur c'est-à-dire celui qui a le rapport avantage-coût le plus grand.

Q3 – Les échanges de fichiers musicaux sur le Net reposent sur la logique du don. Or, dans ce cas, donner ne coûte rien (le coût d'un envoi supplémentaire est égal à zéro puisque le coût d'accès à Internet est un coût fixe) alors que le receveur accorde un prix élevé au fichier qu'il reçoit (il est donc redevable à celui qui l'envoie).

Q4 – Le développement des échanges gratuits de fichiers musicaux a favorisé l'échange marchand de trois façons :

- Les consommateurs ont dû acheter un ordinateur, un gageur et un forfait d'accès à Internet pour échanger ;
- Les sites d'échange ont financé leur service gratuit en accueillant la publicité qui fait la promotion de biens marchands ;
- Les entreprises phonographiques s'engouffrent dans la brèche pour proposer des téléchargements payants.

Synthèse :

1 - Le développement des échanges non marchands semblent remettre en cause la marchandisation du monde

- *Le don remet en cause le fondement même de l'échange marchand* : il ne repose pas sur l'égoïsme, le calcul individuel, la recherche du profit mais sur l'altruisme, l'empathie, le partage, l'intérêt collectif. L'internaute a envie de partager son goût pour telle ou telle musique avec une autre personne qu'il ne connaît pas. Le bénévole donne son temps libre au nom de valeurs qui dépassent son propre intérêt personnel (l'entraide, la solidarité, l'amour du prochain...).
- *Le don remet en cause la monétarisation des échanges*. L'échange de musique sur le Net repose sur la mise à disposition de tous d'un droit de propriété sur un fichier sans le faire payer, ce qui supprime la notion d'équivalence marchande des produits échangés (qui passe par la fixation d'un prix). Le nombre d'albums vendus a ainsi diminué de 5% entre 2006 et 2007. Le don implique un contre-don mais ce dernier ne doit pas forcément être de valeur égale. Ainsi, les bénévoles disent souvent recevoir plus que ce qu'ils donnent.
- *Les échanges non marchands remettent en cause l'existence même du marché parce qu'il n'y a plus d'intérêt à produire si on ne vend pas*. Dans ce cas, la production doit être organisée autrement. Les produits peuvent être offerts gratuitement par une administration publique qui se financera par l'impôt. Ils peuvent être offerts par le producteur lui-même (certains musiciens offrent gratuitement leur musique ; certains professeurs offrent leurs cours gratuitement...). La production peut être troquée ou être mutualisée à l'exemple des systèmes d'échange locaux.
- *Ces échanges atténuent l'aspect impersonnel de la relation et renforcent le lien social*. Ainsi, les internautes sont plus ou moins membres d'une même « communauté » d'échanges. De même, les bénévoles des associations caritatives luttent contre l'exclusion sociale. Enfin, les échanges au sein de la famille (faire les courses, faire un repas, bricoler...) renforcent les liens familiaux.

2 – Mais paradoxalement, ils peuvent créer de nouveaux liens marchands

- *Les échanges non marchands ne peuvent se passer de biens et de services marchands*. Ainsi, le *peer-to-peer* nécessite un équipement informatique, un abonnement à Internet, la vente de logiciels et donc augmente la consommation de produits informatiques vendus sur des marchés. De même, les administrations publiques achètent sur le marché les biens qui permettront d'offrir des services publics gratuits (lycée, rame de tramway, livres scolaires...).
- *Les échanges non marchands sont souvent récupérés par de nouveaux marchands*. Ainsi, des entrepreneurs se sont lancés dans la création de nouveaux services et de nouvelles formes de commerce en utilisant de nouveaux canaux sur Internet (sites de rencontre, sites d'information, sites musicaux...payants). La vente de singles a progressé de 16,5% entre 2006 et 2007. De même, derrière la gratuite de certains sites, se cachent la publicité qui fait la promotion des biens et services marchands. Enfin, par manque de temps, les ménages préfèrent confier une partie des services qu'ils faisaient gratuitement, à des institutions marchandes (le repas de la mère de famille est remplacé par des surgelés industriels, le ménage est fait par une femme de ménage, l'accueil des personnes âgées dépendantes n'est plus de la responsabilité de la famille mais d'institutions spécialisées...).
- *Les institutions marchandes font tout pour réduire la sphère non marchande*. Les entreprises phonographiques ont mené un puissant lobbying pour obtenir la loi Hadopi censée sanctionner les échanges de fichiers musicaux. La réforme sur les retraites ou le moindre remboursement des soins et des médicaments incitent les acteurs économiques à recourir de plus en plus à des assurances privées complémentaires. Dans certains pays, le sang ou les organes humains font l'objet d'un échange marchands...
- *L'intérêt individuel n'est pas absent dans ces échanges gratuits* : chacun recherche dans le P2P à satisfaire son intérêt personnel tout en permettant celui des autres. Adam Smith avait montré dans la métaphore de la "main invisible" que si chacun recherchait son propre intérêt, l'intérêt général serait réalisé. De même, on peut donner son sang en espérant que les autres fassent la même chose en cas de besoin. L'individualisation de la société, qui est favorable au marché, est un processus qui sera difficilement remis en cause.

INTERROGATION ÉCRITE N°3

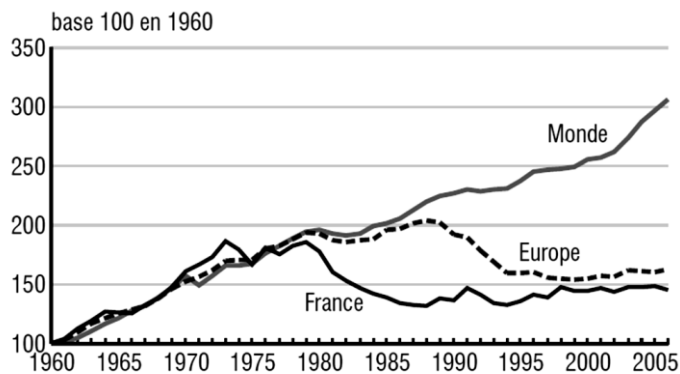
NOM :

CONSIGNES :

- 1 - Répondre aux questions sans recopier ni paraphraser les textes et en utilisant vos connaissances du cours ;
- 2 - Accompagner vos affirmations d'explications ;
- 3 - Bien définir les termes utilisés ;
- 4 - Vérifier l'orthographe et l'expression ;

THEME : Les défaillances du marché

Document 1 : Evolution des émissions de CO² depuis les années 1960



Source : CAIT, World Resources Institute.

2 - Le climat entre en économie : il pourrait remettre profondément en cause certains dogmes du marché. Par exemple, le prix des combustibles fossiles défini par l'offre et la demande n'inclut pas le montant de la réparation des dommages futurs que leur combustion va inévitablement occasionner. Il faut donc taxer le carbone, tout le carbone, dit en substance M. Stern. Pour réduire les émissions d'une part et, d'autre part, obtenir la marge de manœuvre financière nécessaire à développer la recherche publique et privée autour de technologies propres.

Dans les cercles libéraux, on exprime volontiers l'idée selon laquelle la protection de l'environnement est un objectif illusoire s'il va contre l'économie. C'est peut-être vrai. Une chose est sûre, la proposition peut être renversée : l'économie ne résistera pas à une dégradation massive de l'environnement. Non concerné par Kyoto, le gouvernement chinois - qu'on peut difficilement taxer de fanatisme écologique - semble d'ailleurs l'avoir compris. Il vient d'allouer la somme colossale de 175 milliards de dollars à un programme de protection de l'environnement qui doit durer cinq ans.

(Source : Stéphane Foucart, *Le Monde* du 18 novembre 2006)

3 - Avant Londres, la ville de Singapour a mis en place le même type de tarification pour accéder au centre des affaires, encombré durant les périodes de pointe. En 1998, le péage a évolué ; il est devenu électronique et variable dans le temps en fonction de l'intensité des encombrements. Le péage électronique a eu des effets positifs sur la congestion. Le volume du trafic automobile dans le centre des affaires de Singapour a diminué significativement pendant les périodes de pointe (8 heures-9 heures). Il y a un report de certains automobilistes vers les périodes moins coûteuses (7 h 30-8 heures et 9 heures-9 h 30). Entre 1975 et 1991, la circulation a diminué de 45 % dans la zone délimitée ; la vitesse moyenne aux heures de pointe a doublé, passant à 36 km/h. Le trafic a encore diminué de 10 % à 15 % dans le centre des affaires depuis la mise en place du nouveau système. Ce changement de comportement correspond au fait que les automobilistes sont contraints de payer à chaque passage. Ceux qui avaient l'habitude de faire de multiples déplacements, et donc de multiples entrées-sorties dans la zone à péage, ont significativement modifié l'usage de leur automobile.

(Source : Mathias Reymond, *Le Monde*, 21 Février 2003)

4 - Depuis le 1er janvier 2005, les entreprises peuvent théoriquement négocier leurs "permis de polluer" au niveau européen. Pour les professionnels de la finance, c'est un nouveau marché qui se crée.

La caisse des dépôts et consignations (CDC), Euronext, la Bourse paneuropéenne (fédérant les places de Paris, Bruxelles, Amsterdam et Lisbonne), et Powernext, la Bourse française de l'électricité, ont annoncé, jeudi 6 janvier, leur intention de lancer une plate-forme électronique de transaction des quotas d'émission de CO². Les trois partenaires précisent, dans un communiqué, que leur Bourse du CO² garantira « la transparence des prix et leur mode de fixation » et « l'accès non discriminatoire et l'anonymat des intervenants ». Ils espèrent être prêts pour mars.

(Source : Laetitia Clavreul et Cécile Ducourtieux, *Le Monde* du 7 janvier 2005)

Q1 – Donnez la hausse en % des émissions de CO² dans le Monde et en France entre 1960 et 2005 (document 1) (1 point)

Q2 – Expliquez pourquoi le climat est un bien collectif ou un bien public mondial ? (3 points)

Q3 – Expliquez la phrase soulignée du document 2 en utilisant les termes économiques adéquats (2 points)

Q4 – Expliquez brièvement les trois méthodes qui permettent de réduire les émissions de CO² ? (Documents 2,3,4) (3 points)

Synthèse :

A l'aide des documents et des notions vues en cours, construisez une argumentation permettant de répondre à la question suivante : les mécanismes de marché peuvent-ils répondre au défi du réchauffement climatique ? (10 points)

CORRIGE

Q1 – L'émission de CO² a progressé de 205% dans le monde (305 - 100) entre 1960 et 2005 et de 50% (150 - 100) en France durant la même période.

Q2 – Le climat est un bien collectif pour trois raisons :

- Il s'agit d'un bien indivisible consommé par plusieurs personnes à la fois. Il ne peut faire l'objet de rivalité. Cela signifie que la consommation d'un tel bien par un consommateur n'empêche pas la consommation par un autre consommateur de ce bien. Et le fait de le consommer une fois n'empêche pas de le consommer à nouveau.
- De même, il ne peut faire l'objet d'une exclusion ce qui signifie qu'il n'est pas possible d'empêcher les agents de le consommer. Il profite à tous en même temps.
- En conséquence, il n'a pas de prix. On ne peut faire payer individuellement cette consommation et personne n'est prêt à payer pour le préserver (phénomène du passager clandestin).

Q3 – Le prix des combustibles, fixé par le marché, n'intègre pas les externalités négatives que leur utilisation provoque sur le réchauffement climatique. Une externalité négative correspond à la perte financière subie par un agent économique du fait de l'action d'un autre agent qui n'en paye pas le coût. Ainsi, le réchauffement de la planète provoqué par une trop grande utilisation des combustibles fossiles se traduit par des cyclones plus violents qui provoquent des destructions importantes qui ne sont pas payées par les pollueurs mais par la collectivité publique, par les assurances privées et les propriétaires des biens détruits.

Q4 – Pour réduire les émissions de CO², on peut :

- Taxer les activités polluantes (principe du pollueur/payer) ce qui augmente les coûts de production des pollueurs et le prix des consommateurs d'activités polluantes. Cela devrait les inciter à réduire leur émissions en utilisant des techniques moins polluantes ou à réduire leur consommation (exemple de l'automobile à Singapour).
- Réglementer les activités polluantes. L'Etat peut fixer un niveau de pollution à ne pas dépasser et des normes techniques à respecter sous peine de sanctions financières (exemple : nombre de litres d'essence au 100 km).
- Mettre en place un marché des droits à polluer. Chaque agent reçoit un quota (une quantité) d'émission de CO² autorisé. Ceux qui dépassent cette quantité doivent se procurer sur le marché les quantités non utilisées par les agents les moins pollués. Une offre et une demande de droits à polluer émergent ce qui aboutit à la fixation d'un prix qui internalise l'externalité. Si ce prix est élevé, les agents vont être incités à moins polluer.

Synthèse :

1 - Les libéraux prônent l'établissement d'un marché des droits de polluer pour lutter contre le réchauffement climatique...

- *Le réchauffement climatique semble indéniable.* Il est provoqué essentiellement par les activités humaines qui sont des activités polluantes. Ce réchauffement a plusieurs effets indésirables : progression des déserts et destruction des terres arables nécessaires pour nourrir l'humanité, augmentation du niveau des mers et disparition des rivages côtiers, hausse des dérèglements climatiques et destruction de biens économiques...
- *Or, le climat est un bien collectif mondial.* Il est consommé par tous en même temps et personne ne veut en payer le prix. Résultat : tout le monde se comporte en passager clandestin. On détruit la nature et ce sont ceux qui en subissent les inconvénients qui doivent supporter financièrement l'activité polluante des autres. Le marché est incapable d'intégrer dans ses prix le coût de ces externalités négatives. Ainsi, le prix de l'essence ne prend pas en compte les dégâts provoqués par les émissions de CO₂ des automobiles. Il s'agit d'une défaillance du marché.
- *Pourtant les libéraux pensent que le marché est une des solutions au problème.* En créant un marché des droits à polluer, chaque agent reçoit un quota (une quantité) d'émission de CO² autorisé. Ceux qui dépassent cette quantité doivent se procurer sur le marché les quantités non utilisées par les agents les moins pollués. Une offre et une demande de droits à polluer émergent ce qui aboutit à la fixation d'un prix qui internalise l'externalité. Si ce prix est élevé, les agents vont être incités à moins polluer. Ce type de marché existe au niveau européen pour les producteurs d'énergie. Ainsi, l'Etat n'aurait pas à intervenir dans la lutte contre le réchauffement de la planète.

2 - Pourtant, ce type de solution ne peut se passer de l'intervention de l'Etat

- La création d'un marché des droits à polluer passe par une décision étatique. Combien de quotas va-t-on donner à chaque agent économique et quel est le niveau de pollution autorisé ? C'est l'Etat qui le décide. Si le nombre de quotas est élevé et si le niveau de pollution autorisé est élevé, il risque d'y avoir plus d'offre de droits à polluer que de demande. Le prix va donc être bas ce qui ne va pas inciter les agents à réduire leur pollution. Inversement, si les deux sont faibles, le droit à polluer va être rares et son prix sera très élevé ce qui risque de nuire à la compétitivité des entreprises concernées. Le marché ne peut donc être une solution à lui tout seul.
- L'Etat est donc obligé de taxer les activités polluantes. Cela augmente les coûts de production des producteurs pollueurs et le prix des consommateurs d'activités polluantes. Cela devrait les inciter à réduire leur émissions en utilisant des techniques moins polluantes ou à réduire leur consommation (exemple du péage urbain pour l'automobile à Singapour ou de la taxe carbone en Suède). A l'expérience, cette taxe a des effets positifs sur la réduction des activités polluantes à condition qu'elle soit suffisamment élevée pour être incitatives. Cependant, peu de gouvernements l'adoptent car elle est impopulaire (le gouvernement Fillon-Sarkozy a ainsi renoncé à la taxe carbone prévue par le Grenelle de l'environnement).
- L'Etat peut aussi réglementer les activités économiques. L'Etat peut fixer un niveau de pollution à ne pas dépasser et des normes techniques à respecter sous peine de sanctions financières (exemple : nombre de litres d'essence au 100 km). Les accords de Tokyo fixe ainsi des objectifs de réduction des émissions de CO² pour chaque zone économique mais, pour l'instant, les Etats-Unis et la Chine refusent de jouer le jeu et se comportent en passager clandestin. Ils profitent des efforts des autres nations (l'Europe a ainsi réduit ses émissions de 25% depuis la fin des années 1980) sans faire de même ce qui explique que le volume des émissions de CO² a progressé de plus de 200% entre 1960 et 2005. La lutte contre le réchauffement ne peut passer que par une réglementation mondiale respectée par tous les pays.

INTERROGATION ÉCRITE N°3

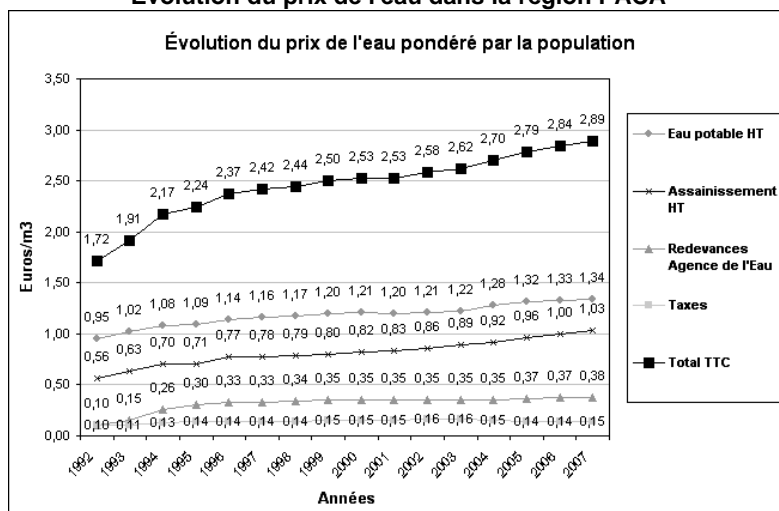
NOM :

CONSIGNES :

- 1 - Répondre aux questions sans recopier ni paraphraser les textes et en utilisant vos connaissances du cours ;
- 2 - Accompagner vos affirmations d'explications ;
- 3 - Bien définir les termes utilisés ;
- 4 - Vérifier l'orthographe et l'expression ;

THEME : La réglementation du marché

Evolution du prix de l'eau dans la région PACA



2 - Les prix de la distribution et de l'assainissement de l'eau dans les grandes villes sont "souvent très abusifs", souligne l'UFC-Que choisir dans un nouveau rapport présenté lundi 29 octobre. Régies publiques contre entreprises privées (Veolia Eau et Suez-Lyonnaise des eaux) ? L'UFC se défend d'opposer systématiquement les deux et note que certaines régies présentent des factures "abusives" aux consommateurs. Antoine Frérot, directeur général de Veolia Eau, reconnaît que les prix des entreprises privées sont plus élevés de 15 % à 20%. "Le service est plus complexe et mieux géré, explique-t-il. Les réseaux gérés par les entreprises perdent en général 20 % d'eau en moins que les services en régie. Les entreprises acquittent aussi une fiscalité plus lourde que les collectivités locales. Si on tient compte de ces éléments, le service est en fait un peu moins cher pour la délégation que pour la régie directe." M. Frérot conteste que le marché de l'eau soit peu concurrentiel. "Sur les dernières années, 10 % à 12 % des contrats changent de main (d'un groupe privé à l'autre)", un taux "normal dans un système concurrentiel", juge-t-il. "Dans la renégociation des contrats, l'asymétrie d'information entre l'élu et les grandes entreprises donne un avantage aux secondes", souligne l'UFC. L'association lance un "appel aux maires" pour qu'ils envisagent un retour à la régie publique. Au moins pour disposer d'un levier de négociation et obtenir une baisse des tarifs de Veolia et Suez. Elle propose aussi "un débat contradictoire et factuel" avec les édiles pour comparer leurs données à celles de l'UFC-Que choisir.

(Source : Jean-Michel Bézat et Gaëlle Dupont, *Le Monde* du 30 octobre 2007).

3 - La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) du ministère des finances n'a ni les prérogatives ni les moyens humains pour jouer un rôle de police économique de proximité. Et personne ne le fait à sa place. Les organisations de consommateurs crient souvent dans le désert. Même si, à force d'obstination, elles parviennent parfois à arracher quelques concessions, comme pour les conditions contractuelles des opérateurs de téléphonie mobile.

Les pouvoirs publics se montrent en effet très timides face aux puissants lobbies qui refusent des droits accrus aux consommateurs. En janvier, un projet de loi autorisant les actions collectives devant les tribunaux, promis par le président Jacques Chirac depuis... 2005, était enfin inscrit à l'ordre du jour des députés. Il a été retiré in extremis.

(Source : Jean-Louis Andréani, *Le Monde* du 02 novembre 2007).

4 - A l'échelle nationale, La Banque postale, avec des services à 195 euros en moyenne, est en tête du palmarès tandis que le Crédit du Nord est en dernière position devant le CIC. Pour combien de temps ? L'étude note que les tarifs de La Banque postale ont tendance à s'aligner sur ceux des autres réseaux et non l'inverse. Ainsi, le coût de la commission d'intervention utilisé lors de découverts a grimpé de 49 % entre 2004 et 2010. De tels écarts devraient encourager le départ des clients. Mais il n'en est rien. Seuls 7,6 % de Français ont changé de banque en 2009, contre 14 % d'Espagnols. En cause ? Des banques qui ne tiennent pas parole pour faciliter la mobilité des clients. En novembre 2009, les établissements se sont engagés à informer les consommateurs de l'existence d'un service facilitant l'arrivée de comptes d'une autre banque. Dans 86 % des cas, ce service "est caché". Seuls 14 % des établissements l'affichent en agences et dans 26,2 % des cas, le client doit faire toutes les démarches. "Tant qu'il n'existe pas de mesures coercitives, il n'y a aucune avancée dans le domaine des services bancaires", conclut l'UFC-Que choisir.

(Source : Claire Gatinois, *Le Monde* du 27 octobre 2010).

Q1 – Quelle a été la hausse du prix de l'eau entre 1992 et 2008. Faites une phrase avec votre résultat (document 1) (2 points)

Q2 – Expliquez pourquoi l'eau est un monopole public ? (3 points)

Q3 – Expliquez la phrase soulignée du document 2 en utilisant les termes économiques adéquats (2 points)

Q4 – Expliquez brièvement les trois méthodes qui permettent de réglementer le marché de l'eau ? (Documents 2,3,4) (3 points)

Synthèse :

A l'aide des documents et des notions vues en cours, construisez une argumentation permettant de répondre à la question suivante : le marché peut-il se passer de réglementations ? (10 points)

CORRIGE

Q1 – Entre 1992 et 2008, le prix du m³ d'eau en région PACA a augmenté de 68% (2,89 - 1,72/1,72 x 100).

Q2 – L'eau est un monopole public pour trois raisons :

- Il ne peut y avoir qu'un réseau de distribution de l'eau car sa mise en place est très onéreuse et il n'y a pas de place pour des réseaux concurrents. Il s'agit d'un monopole naturel.
- L'eau est un bien vital auquel tout le monde a le droit et une ressource naturelle qui appartient à tous. On ne peut confier ce type d'activité à une entreprise privée sans contrôle sinon cette dernière sera tentée de ne distribuer l'eau que dans les zones les plus rentables.
- L'eau doit répondre à des normes de qualité définies par l'Etat. Il s'agit d'un service public qui doit répondre à des règles rigoureuses (prix identique pour les consommateurs, qualité de l'eau...). Sa gestion peut être confiée à une administration publique (les mairies) ou à une entreprise privée qui doit respecter un cahier des charges définis par l'Etat.

Q3 – L'information sur le marché n'est pas parfaite. Certains détiennent plus d'informations que d'autres (les « initiés »). Les firmes privées qui distribuent de l'eau ont plus d'information sur les coûts que les élus qui doivent décider à qui confier le monopole de l'eau. Face à cette incertitude, les acheteurs sont prêts à payer plus cher dans l'espoir de ne pas être trompés sur la qualité de la prestation (la « sélection adverse »). En conséquence, les firmes profitent de cette information déséquilibrée pour imposer des prix plus élevés que ceux que donnerait un marché concurrentiel. Il s'agit d'une défaillance du marché.

Q4 – Pour réglementer le marché de l'eau, l'Etat peut :

- Déterminer les règles que les entreprises ou les administrations publiques doivent respecter pour avoir la charge de la distribution de l'eau (qualité de l'eau, assainissement, montant de l'investissement dans le réseau...);
- Confier la réglementation du marché à une autorité indépendante qui est chargée de fixer les règles, de veiller à ce qu'elles soient respectées et de sanctionner les irrégularités par des amendes ou en portant l'affaire en justice ;
- Faire sanctionner le non respect de la règle par des autorités de la concurrence qui sont épaulées par les enquêtes des associations de consommateurs.

Synthèse :

1 - Le marché prétend s'autoréguler...

- *Le marché est une sorte de "main invisible", selon Adam Smith, qui réalise l'harmonie entre les intérêts individuels et l'intérêt général.* Les hommes poursuivent des buts égoïstes mais la contrainte du marché et de la concurrence les oblige à donner le meilleur d'eux même au bénéfice de tous. L'Etat n'a donc pas besoin d'intervenir dans l'économie, de la réglementer et de la taxer à l'exception de la prise en charge des biens collectifs purs (armée, police, justice) et des infrastructures non rentables. L'eau est un bien qui peut être privatisé (la source Perrier, par exemple) et dont la distribution peut être privatisée (Véolia à Nice par exemple). Elle a un prix. Elle peut donc faire l'objet d'un marché.
- *D'autre part, la loi de l'offre et de la demande coordonne parfaitement les activités économiques.* Si la demande d'eau progresse plus vite que l'offre, le prix de l'eau va augmenter ce qui va conduire les producteurs et les distributeurs d'eau de l'extraire ou de la recycler de façon plus efficace (hausse de l'offre) et les consommateurs de moins l'utiliser ou de moins la gaspiller puisqu'il s'agit d'une ressource rare (baisse de la demande). Autrement dit, le prix du marché permet parfaitement de réguler le système à condition que les règles de la concurrence pure et parfaite soit respectée. L'Etat n'a pas à intervenir sur le prix de l'eau ni sur l'organisation de sa distribution.
- *Or, il existe des autorités de marché qui sont chargées d'en établir les règles de fonctionnement et de les faire respecter.* En effet, les agents économiques n'adhèrent pas spontanément aux règles de la concurrence. Ils tentent de la contourner en ne fournissant pas toutes les informations, en s'entendant sur la répartition du marché et sur la fixation des prix, en limitant l'entrée du marché à de nouveaux concurrents. Le rôle des autorités de marché est de mettre au point les règles qui éviteront ces collusions et les sanctions qui frapperont ceux qui ne jouent pas le jeu. Là encore, la réglementation étatique semble inutile.

2 - Mais, en réalité, il a besoin d'institutions qui l'encadrent et le réglementent

- *Certains biens échappent à la logique du marché.* L'eau est un bien patrimonial commun de l'humanité. La santé individuelle et collective en dépend. L'agriculture, l'industrie, la vie domestique y sont liées. Il n'y a pas d'accès à la production de la richesse sans accès à l'eau. L'eau n'est donc pas une ressource comme les autres ; elle n'est pas une marchandise échangeable, monnayable. Son caractère irremplaçable fait que toute communauté humaine -et chacun de ses membres- a le droit d'avoir accès à l'eau, en particulier à l'eau potable, en quantité et qualité nécessaires et indispensables à la vie et à l'activité économique. Ce caractère de bien collectif rend l'intervention et la réglementation de l'Etat nécessaires
- *L'Etat est habilité à déterminer ce qui est un service public et ce qui ne l'est pas.* Ainsi, la distribution de l'eau en France est à la fois un monopole et un service publics. D'une part, il ne peut y avoir qu'un réseau de distribution de l'eau car sa mise en place est très onéreuse et il n'y a pas de place pour des réseaux concurrents. Il s'agit d'un monopole naturel. On ne peut confier ce type d'activité à une entreprise privée sans contrôle sinon cette dernière sera tentée de ne distribuer l'eau que dans les zones les plus rentables. D'autre part, L'eau doit répondre à des règles rigoureuses (prix identique, accès à l'eau) et à des normes de qualité définies par l'Etat.
- *Enfin, l'Etat doit défendre les consommateurs des abus des entreprises privées.* Ces dernières détiennent des informations que les acheteurs ou les autorités publiques n'ont pas. L'Etat doit donc confier la réglementation du marché à une autorité indépendante qui est chargée de fixer les règles, de veiller à ce qu'elles soient respectées et de sanctionner les irrégularités par des amendes ou en portant l'affaire en justice. Il doit également faire sanctionner le non respect de la règle par des autorités de la concurrence qui peuvent être épaulées par les enquêtes des associations de consommateurs. Un marché sans régulation étatique ne peut donc exister.