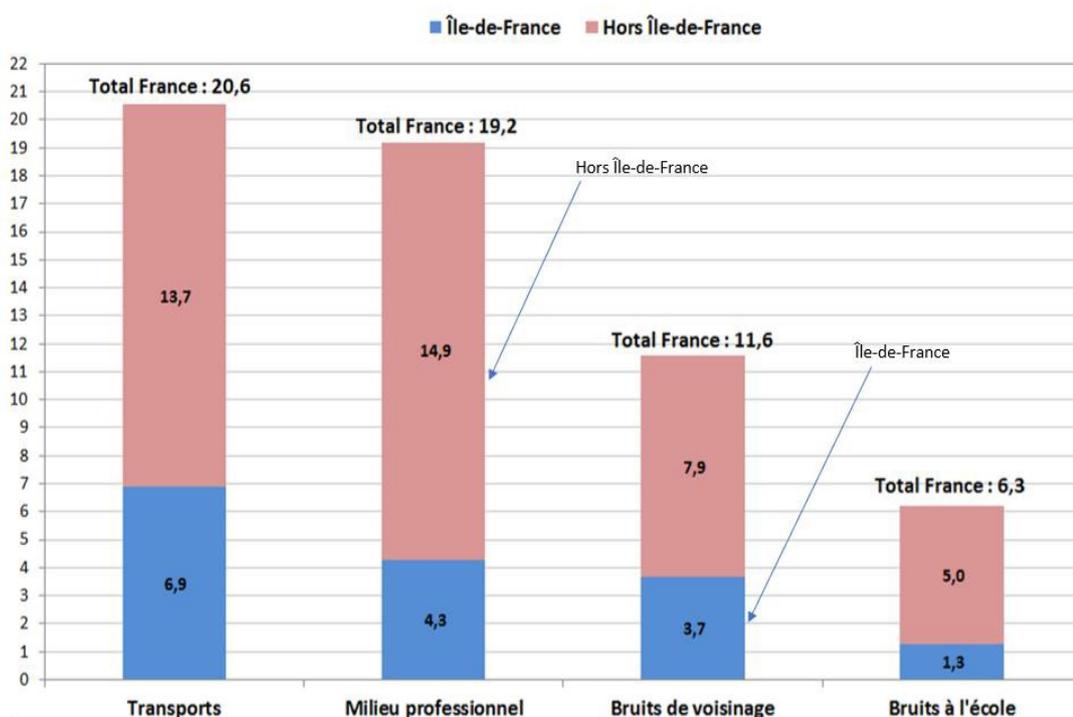


Seconde partie : Raisonnement appuyé sur un dossier documentaire (10 points)

Sujet : À l'aide du dossier documentaire et de vos connaissances, vous montrerez que le marché peut être défaillant en présence d'externalités et d'asymétries d'information.

Document 1 : Coût social du bruit en France (en milliards d'euros par an)



Source : Bruitparif, *Note de synthèse sur le coût social du bruit en Ile de France*, 17 juin 2016.

Note : les coûts sociaux liés à la pollution sonore sont les coûts induits par les troubles du sommeil engendrés par le bruit, ou encore dus à l'accroissement des risques cardiovasculaires, risques de surdité, dépréciations immobilières, pertes de productivité, troubles de l'apprentissage...

Document 2 :

Il existe habituellement une certaine asymétrie d'information : l'assuré n'a aucune raison de livrer à l'assureur les informations qui l'identifieraient comme présentant un risque *a priori* élevé, justifiant ainsi une prime d'assurance plus importante.

L'asymétrie d'information peut induire un effet d'anti-sélection¹ : si un assureur soumet à une même [prime d'assurance] un ensemble de clients qu'il distingue mal les uns des autres, les moins risqués d'entre eux, conscients de la cherté relative des conditions qui leur sont faites, pourraient préférer s'abstenir de s'assurer, ou s'assurer à de meilleures conditions auprès d'un assureur moins myope². Seuls demeurerait à cet échelon tarifaire les clients les plus exposés au risque, ce que l'assureur, sur la base d'une appréciation globale, a peut-être mal pris en compte dans son tarif. Dans un article fondateur, George A. Akerlof (1970) a montré que de telles asymétries d'information pouvaient empêcher la rencontre de l'offre et de la demande, et donc l'existence même d'un marché.

Source : Steiner Rémi, « Big Data, mutualisation et exclusion en assurance », *Enjeux du numérique, Annales des Mines*, n°2, juin 2018.

1. Anti-sélection : Sélection adverse.
2. Myope : ici, mal informé.