

CHAP 1 – LE MARCHÉ PEUT-IL COORDONNER TOUTES LES ACTIVITÉS HUMAINES ?

Introduction: La diversité et l'interdépendance des marchés

Depuis la chute du mur de Berlin en 1989, la quasi totalité des économies de la planète peuvent être considérées comme des **économies de marché**. Les économistes libéraux ont profité de cet événement historique pour présenter **le marché** comme le **mode de régulation** le plus efficace des activités économiques. Cependant, les crises régulières des marchés financiers, qui ont secoué l'économie mondiale ces deux dernières décennies, ont remis en cause le dogme de la toute puissance des marchés. Les marchés ont eu besoin d'une **régulation étatique** pour corriger leur dysfonctionnement. On peut donc se poser un certain nombre de questions.

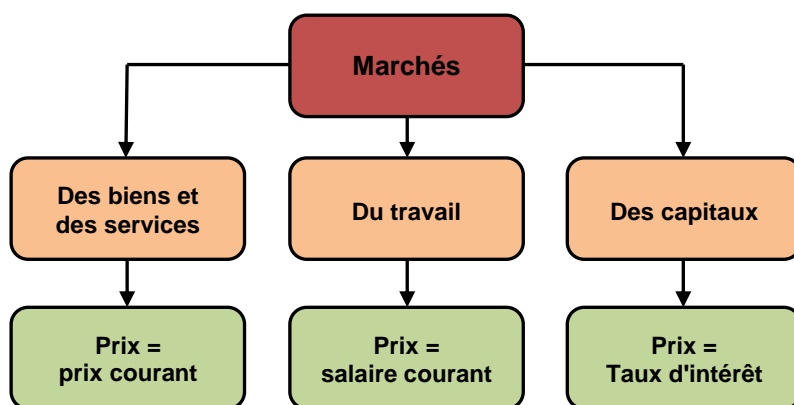
- ✓ Qu'est-ce qu'un marché ? Quelles sont ses relations avec les autres marchés ? En quoi peut-on parler d'une économie de marché ? Une économie de marché est-elle assimilable au capitalisme ?
- ✓ Comment le marché arrive-t-il à coordonner les millions de décisions économiques prises par les acteurs qui y interviennent ? Quels sont les mécanismes qui permettent à ces agents économiques de s'entendre et d'échanger des marchandises ? Comment le marché parvient-il à rétablir l'équilibre des échanges lorsqu'une perturbation vient modifier les équilibres antérieurs ?
- ✓ Comment les agents économiques réagissent-ils aux informations données par le marché ? Le prix fixé par le marché est-il la seule information retenue ? Les acteurs respectent-ils systématiquement les règles du bon fonctionnement du marché ? Ne sont-ils pas tentés de modifier les règles en leur faveur ?
- ✓ Le marché est-il le seul instrument de coordination possible ? Est-il toujours le plus efficace ? Les échanges obéissent-ils tous à la logique de l'intérêt individuel ? Le marché peut-il se passer de l'intervention de l'Etat dans l'économie ?
- ✓ Enfin, le marché est-il un ordre naturel ou une construction sociale ? Les règles de son fonctionnement sont-elles fixées par la nature humaine ou par des institutions sociales ?

a) - La diversité des marchés

Dans son sens courant, le marché est le **lieu** où se rencontrent physiquement des **vendeurs** (les producteurs) et des **acheteurs** (les consommateurs) qui vont échanger des marchandises et s'entendre sur le **prix**. On parlera ainsi des halles, du marché aux fleurs, du marché aux Puces...

Au sens économique, le marché est un **système d'échange** qui permet la rencontre d'une **offre** et d'une **demande** ce qui aboutit à la formation d'un prix et à un échange de marchandises (biens, services, travail, capitaux).

Il existe autant de marchés que de biens ou de services à échanger : le marché des livres ou du téléphone mobile, le marché des montres ou celui des poissons, le marché des maisons individuelles ou celui des actions... Pour s'y retrouver, les économistes considèrent qu'il existe trois grands types de marché.



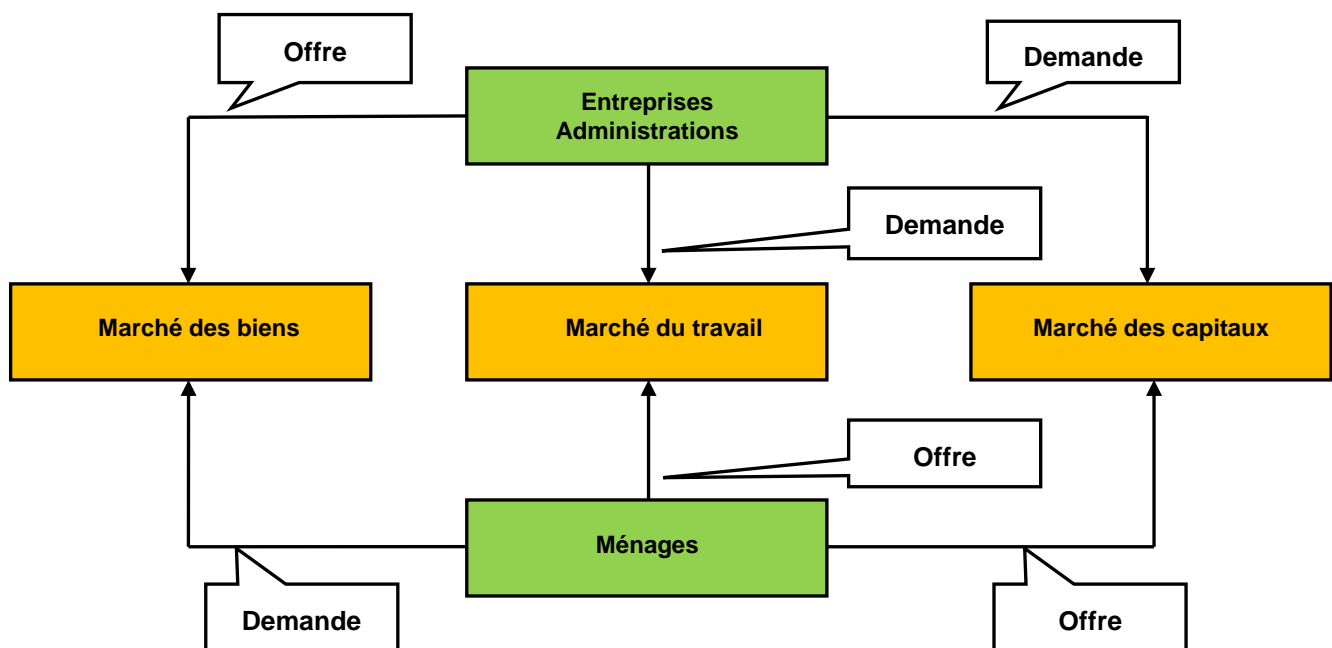
- ✓ **Les marchés de biens et de services** visent à satisfaire la demande de biens et de services destinés à la consommation (biens et services de consommation) ou la production d'autres biens et services (biens et services de production). On peut les distinguer par leurs modes de fonctionnement :
 - **Certains marchés centralisent toutes les offres et les demandes d'un même produit dans un lieu spécifique.** Le prix de ces marchandises varie au jour le jour selon les variations de l'offre et de la demande. Les échanges sont impersonnels. Les offreurs et les acheteurs ne négocient pas entre eux. C'est le cas des marchés des matières premières (pétrole, cuivre, étain...) et des marchés agricoles (blé, café, sucre...). Ils représentent l'idéal-type des marchés étudiés par la théorie.

- D'autres marchés sont éclatés en différents points de vente. Les prix des produits diffèrent selon le lieu d'implantation et sont relativement stables d'un jour à l'autre. Les échanges impliquent des relations personnelles et peuvent se traduire par des négociations sur le prix. Si le prix auquel le commerçant achète les produits qu'il revendra au consommateur augmente un peu ou baisse un peu, le commerçant a tendance à ne pas répercuter ce changement pour conserver la stabilité de l'offre et s'attacher le consommateur. C'est le cas du marché des biens de consommation durables (marché de l'automobile, marché des produits électroniques...) et du marché de l'immobilier. Ils n'obéissent pas aux conditions de la loi de l'offre et de la demande.
- ✓ **Le marché du travail** est le lieu où se rencontre l'offre de travail des travailleurs qui recherchent un emploi (les offreurs de travail sont des **demandeurs d'emplois**) et la **demande de travail** qui émane pour l'essentiel des entreprises qui ont besoin de main d'œuvre et qui **offrent des emplois**. Le marché du travail n'obéit pas, lui aussi, aux contions de la loi de l'offre et de la demande pour plusieurs raisons :
 - **Le travail n'est pas un bien homogène**. Tous les offreurs de travail ne sont pas en concurrence avec tous les autres. Des groupes particuliers s'établissent en fonction de la compétence, de la localisation géographique...
 - **Le fonctionnement du marché est influencé par l'intervention d'organisations collectives** (syndicats de salariés, unions d'entreprises, administration) et qui exercent une action sur le niveau des salaires.
 - **Le marché est encadré par une réglementation du travail** (durée du travail, contrat de travail...) et **par une protection sociale** (allocation chômage, retraite...) qui empêchent le travail d'être traité comme une marchandise ordinaire.
- ✓ **Les marchés des capitaux** permettent la rencontre entre ceux qui détiennent des capitaux (les épargnants) et ceux qui ont besoin de capitaux, notamment pour investir (les entreprises, l'Etat). Sur le marché des capitaux, il est d'usage de distinguer deux types d'échanges :
 - **Le marché à court terme** : sur ce marché s'échangent les disponibilités monétaires des grandes entreprises, des banques et des compagnies d'assurance. Ce marché monétaire détermine le taux d'intérêt à court terme.
 - **Le marché à long terme** : sur ce marché, les entreprises qui ont besoin de capitaux pour investir sollicitent des fonds en proposant des valeurs mobilières (actions ou obligations). Sur ce marché se détermine le taux d'intérêt à long terme.

Dans tous les cas, le marché du capital est très fortement internationalisé. Les fonds se déplacent facilement d'un point à un autre en fonction des rendements offerts (taux d'intérêt) et des perspectives de gain en capital (augmentation ou diminution d'une monnaie par rapport à une autre, augmentation ou diminution du cours boursier d'une entreprise). Ces marchés fonctionnent à peu près en conformité avec les conditions de la loi de l'offre et de la demande et de la concurrence parfaite.

b) - L'interdépendance des marchés.

Ces différents marchés sont reliés les uns aux autres. Les marchés sont interdépendants. Toute modification des prix sur un marché a des répercussions sur le prix des autres marchés.



Ainsi, une hausse du chômage pèse sur la hausse du pouvoir d'achat des salariés (marché du travail). Il s'en suit un ralentissement de la demande de biens qui, pour une offre inchangée, devrait entraîner une baisse du prix des biens (marché des biens), ce qui peut provoquer la faillite des entreprises les moins compétitives et une montée du chômage (marché du travail). Parallèlement, les ménages vont moins épargner ce qui va diminuer l'offre de capitaux et, pour une demande inchangée, faire monter le taux d'intérêt (marché des capitaux). Cette hausse de l'intérêt va rendre plus difficile l'investissement des entreprises et va ralentir la création d'emplois (marché du travail)... La crise des marchés financiers américains en 2008 a ainsi provoqué un effondrement de la demande sur le marché des biens et une montée du chômage sur le marché du travail au niveau mondial.

On peut donc définir une **économie de marché** comme un système économique régulé par les lois de l'offre et de la demande et la flexibilité des prix. Ce système s'oppose à la planification étatique où les prix et les quantités sont fixés autoritairement par l'Etat comme c'était le cas en URSS et dans les pays du camp "socialiste". De ce point de vue, **la mondialisation** peut être considérée comme le processus d'extension de l'économie de marché à l'ensemble de la planète. Enfin, l'économie de marché ne doit pas être confondue avec le **capitalisme** qui est un système qui combine la propriété privée des moyens de production, l'économie de marché et l'accumulation permanente du capital.

1.1 – LES MÉCANISMES DU MARCHÉ EN CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

Introduction: La construction d'un modèle pour comprendre les échanges sur le marché

Chaque jour, en France, près de 3 millions d'entreprises produisent tout un ensemble très divers de biens et de services : télévisions, voitures, enseignement, livres, coiffure, transport routier, coaching, restauration, émissions télévisées, pains, maillots de football, soins... ces biens et services sont destinés aux 60 millions de consommateurs potentiels, qui, chaque jour, prennent chacun des dizaines de décisions : qu'acheter, en quelle quantité, dans quel magasin, en choisissant quelle marque... c'est l'addition de toutes ces décisions individuelles qui au final détermine quel est le niveau et la structure de l'activité économique de la France.

Comment comprendre une réalité si complexe, où chaque décision individuelle peut avoir des conséquences multiples pour tout un ensemble d'autres individus ? Pour ce faire, les économistes utilisent des **modèles**, qui sont un outil fondamental pour eux, outil sans lequel ils seraient bien incapables de comprendre le fonctionnement d'une économie. Comme le dit Paul Krugman dans *Microéconomie*, « la théorie économique consiste principalement en un ensemble de modèles, une série de représentations simplifiées de la réalité économique qui nous permet de comprendre une grande diversité de problèmes économiques ».

- ✓ **Un modèle est une représentation simplifiée de la réalité utilisée pour mieux comprendre les situations réelles.** Pour cela, il faut donc bien « simplifier » cette réalité, en garder les traits les plus importants, et oublier l'accessoire, comme on le fait lorsque l'on réalise une vraie maquette. Un « modèle » n'est donc pas une représentation parfaite de la réalité, mais une représentation schématisée, idéalisée, simplifiée, qui a pour ambition d'en montrer les principaux aspects afin de mieux les comprendre et les analyser... en laissant de côté les détails inutiles ou secondaires.
- ✓ **Les économistes néoclassiques** (courant théorique libéral, apparu à la fin du XIXe siècle avec Stanley Jevons, Léon Walras et Vilfredo Pareto) vont donc construire un **modèle du marché « en concurrence pure et parfaite »** pour comprendre comment agissent les agents sur le marché et en tirer des lois explicatives. Ce modèle poursuit deux objectifs :
 - **Dire ce qui est** : le modèle devrait permettre de comprendre les comportements du passé et de prévoir les comportements futurs. On est dans "l'économie positive".
 - **Dire ce qui devrait être** : l'idée est de tester plusieurs alternatives et, à partir de là, de pouvoir déterminer laquelle est préférable. Ceci devrait aider l'Etat à déterminer quelle est la meilleure politique économique dans un contexte précis. On est dans "l'économie normative".
- ✓ **Un modèle repose sur des hypothèses qui doivent être confrontées aux faits constatés** : en fonction des hypothèses retenues pour construire le modèle, on mettra en avant certaines variables et on en laissera de côté d'autres, de telle sorte que le modèle, s'il correspond à une « maquette » de la réalité, est une maquette bien imparfaite. Comment alors savoir si cette maquette est malgré tout crédible ? Comment savoir si elle est valable pour représenter et comprendre la réalité des faits ? C'est simple : après avoir construit le modèle et lui avoir fait dire ce qu'il avait à dire (par exemple, comment les offreurs et les acheteurs réagissent-ils à une variation des prix), l'économiste va confronter ses résultats aux faits constatés. Si le modèle permet de retrouver les données constatées, de les expliquer ou même de prévoir à peu près correctement les données à venir, alors c'est un modèle performant qui doit être retenu, car il est prédictif. Dans le cas contraire, il faut soit en changer, soit chercher à l'améliorer et changeant quelques unes des hypothèses qui ont été à la base de sa construction.

A – LES HYPOTHÈSES DU MODÈLE NEO-CLASSIQUE

a) – Une conception individualiste et rationaliste de l'échange

Le modèle néoclassique de la concurrence pure et parfaite repose sur un certain nombre d'hypothèses qui concernent à la fois le comportement des acteurs et le fonctionnement du marché. Il s'inscrit dans la partie de la science économique qui étudie le comportement des individus et des entreprises dans le cadre du marché que l'on appelle la **microéconomie**.

- ✓ **Hypothèse n° 1 : l'individualisme méthodologique.** On suppose que les phénomènes collectifs peuvent être décrits et expliqués à partir des propriétés et des actions des individus et de leurs interactions mutuelles. Le système social, et ses changements, résultent donc de l'action des individus. Chaque individu poursuit son objectif qui lui est propre. L'activité économique est donc la somme de toutes ces actions individuelles.
- ✓ **Hypothèse n° 2 : la rationalité des individus.** Pour prendre leurs décisions, ils calculent en permanence les coûts et les avantages de leurs actions. Ils retiendront celle dont les avantages sont les plus élevés par rapport aux coûts, c'est-à-dire celle qui leur apporte le maximum de satisfaction (consommateur) ou le maximum de profit (producteur). L'"homo oeconomicus" des néoclassiques est un être rationnel, égoïste et maximisateur.
- ✓ **Hypothèse n° 3 : la liberté d'agir.** Les individus sont libres d'agir comme ils l'entendent. Ils ne sont contraints que par leurs ressources (revenu, patrimoine) et les possibilités offertes par la technologie.

b) – Une conception centralisatrice et transparente du marché

- ✓ **Hypothèse n° 4 : Le marché est le lieu unique de l'échange économique.** On suppose que tous les agents économiques passent par le marché pour échanger ce qui évite les négociations interpersonnelles et les conflits. Le marché centralise toutes les offres et toutes les demandes d'une marchandise donnée. **L'offre** correspond aux quantités maximales de biens, de services, de travail ou de capitaux que les agents sont prêts à vendre à un prix donné. **La demande** correspond aux quantités maximales de biens, de services, de travail ou de capitaux que les agents sont prêts à acheter à un prix donné.
- ✓ **Hypothèse n° 5 : Le prix est fixé chaque jour par le marché et il existe un prix unique pour chaque bien.** Les agents économiques connaissent le prix du jour fixé par le marché. C'est la seule information qu'ils prennent en compte pour formuler leur offre et leur demande compte tenu de leurs contraintes (le revenu pour le consommateur et le coût de production pour le producteur). Ils sont des "**preneurs de prix**" ou des "**price-takers**", c'est-à-dire qu'ils ne peuvent influencer le prix.
- ✓ **Hypothèse n° 6 : un commissaire priseur est chargé d'organiser la confrontation entre les offres et les demandes.** Il propose plusieurs prix (enchère progressives ou dégressives) jusqu'à trouver le **prix d'équilibre** qui égalise l'offre et la demande pour un bien précis. Les agents ne procèdent entre eux à aucun échange direct. Le prix n'est donc pas négocié entre acheteur et vendeur.

B – LE COMPORTEMENT DES AGENTS ECONOMIQUES SUR LE MARCHÉ

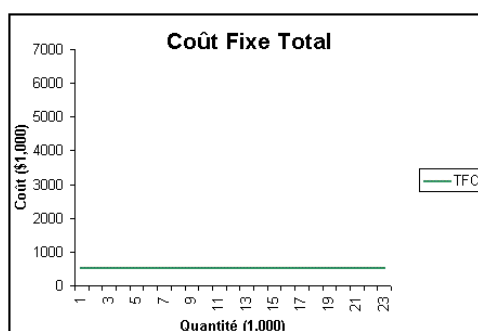
a) – Le comportement des offreurs

- ✓ **Le calcul des coûts du producteur :**

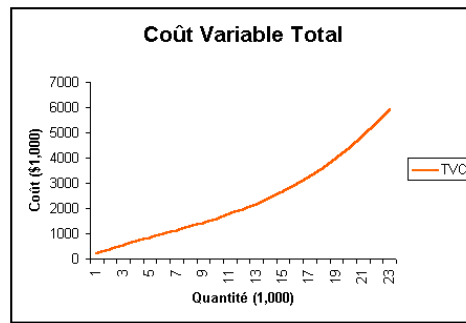
Avant de livrer sur le marché, **le producteur doit comparer ses coûts unitaires de production au prix fixé sur le marché** pour savoir quelles quantités de biens il pourra livrer et quel sera son bénéfice maximum.

Les coûts de production représentent *l'ensemble des dépenses nécessaires pour produire et distribuer un bien ou un service*. Ils sont composés de deux types de coûts :

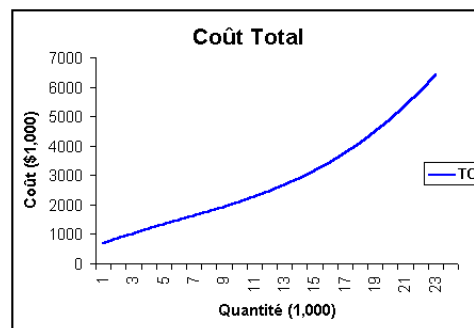
- **Les coûts fixes :** *coûts qui ne varient pas lorsque les quantités produites augmentent ou diminuent* (loyers des immeubles, amortissement des machines, intérêts à verser, dépenses administratives...) pour une certaine plage de production. Si l'entreprise veut accroître ses capacités de production (plus de machines, plus de bâtiments...), elle augmente ses coûts fixes pour une autre plage de production.



- **Les coûts variables** : dépenses qui évoluent de façon plus ou moins proportionnelle aux quantités produites (salaires des travailleurs, achat de matières premières, énergie...). En général, le coût salarial augmente de façon non proportionnelle vis-à-vis des quantités produites car les travailleurs augmentent leur productivité lorsque la production augmente ("effet d'apprentissage"). En revanche, les dépenses de matières premières augmentent de façon proportionnelle (s'il faut 10 kg de plastique pour monter une voiture, il en faut vingt pour deux voitures...).



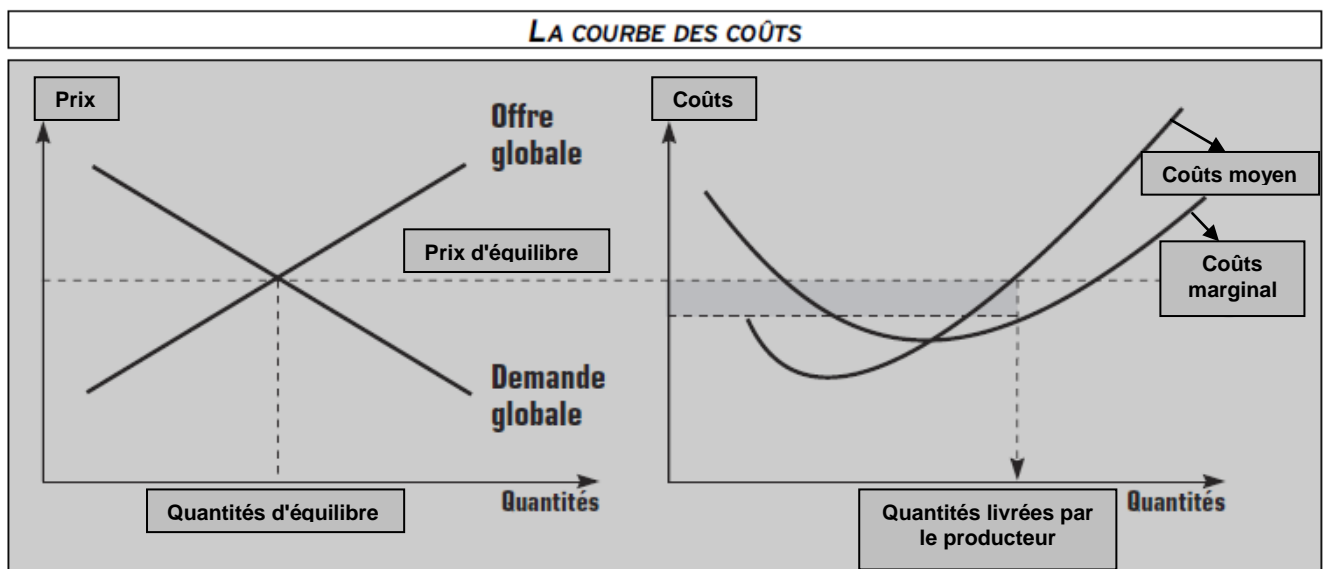
Coût total = Coût fixe + Coût variable



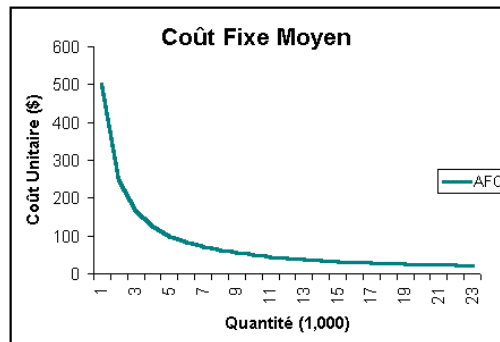
- Ce qui intéresse le producteur c'est **le coût d'un produit** pour pouvoir le comparer au prix d'équilibre fixé par le marché. Il va donc calculer le coût moyen d'un produit et le coût d'un produit supplémentaire (coût marginal) :

Coût moyen ou coût unitaire = Coût total / Quantité produite

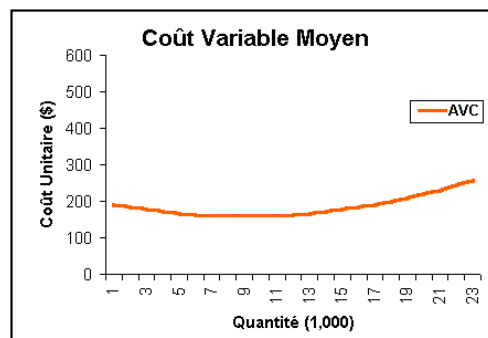
Coût marginal = Variation du coût total / Variation de la quantité produite



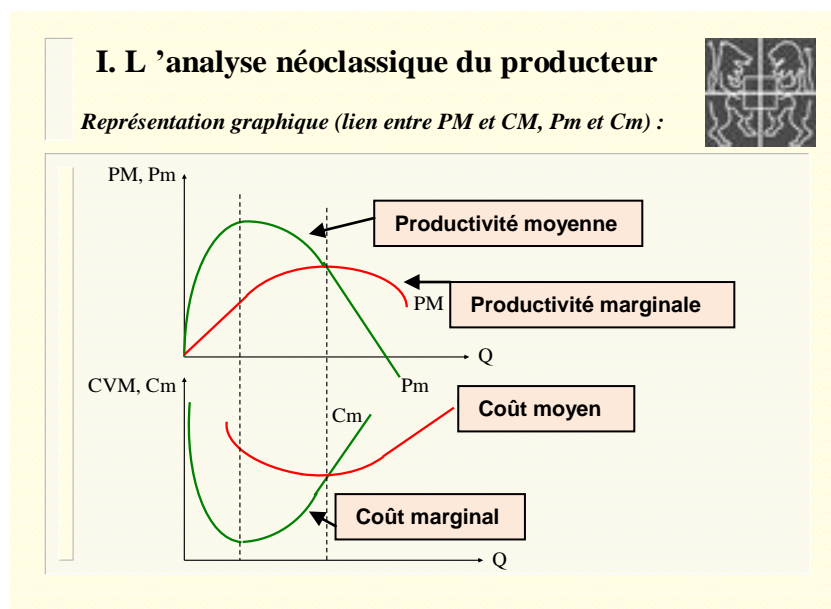
- **La courbe du coût moyen prend la forme d'une courbe en U.** Le coût moyen et le coût marginal diminuent dans un premier temps lorsque les quantités produites augmentent. Ceci peut s'expliquer par :
 - **La baisse continue du coût fixe moyen** puisque le coût fixe est divisé par un nombre croissant de produits. C'est le phénomène des **économies d'échelle**. Un chef d'entreprise a donc intérêt à faire fonctionner ses équipements au maximum (24 h/24h, 7 jours/7 avec des équipes en 3 x 8) pour diminuer le coût fixe contenu dans un produit.



- **La baisse temporaire du coût variable moyen** d'une part, parce qu'en augmentant le nombre de produit, les travailleurs deviennent plus habiles ce qui augmente leur productivité et diminue la quantité de travailleur dans un produit ("**effet d'apprentissage**"). D'autre part, parce que lorsque, dans un atelier, on augmente le nombre de travailleurs sans augmenter la taille de l'atelier, la productivité de chaque travailleur supplémentaire augmente grâce à une meilleure division des tâches. Les **rendements sont croissants**. La quantité de travail nécessaire pour faire un produit diminue ce qui entraîne une baisse du coût unitaire.



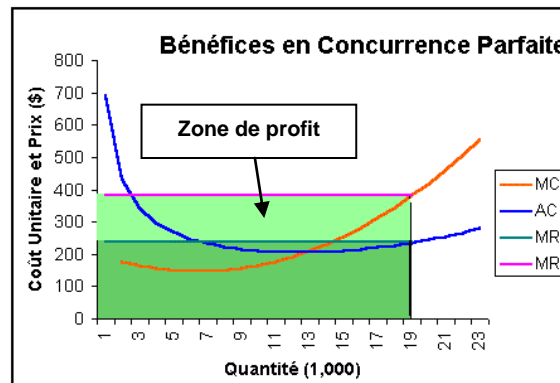
- **Cependant, au delà d'une certaine quantité, les coûts moyen et marginal augmentent** dans un second temps car le rendement des travailleurs supplémentaires. **Le rendement des travailleurs devient décroissant** car ils sont trop nombreux dans l'atelier, ils se gênent, l'organisation devient moins efficace. Le coût variable moyen va donc augmenter plus vite que la baisse du coût fixe moyen. La courbe du coût unitaire est donc l'inverse de celle de la productivité.



- En concurrence pure et parfaite, le prix, fixé par le marché, s'impose à l'entreprise. Tant que le prix du marché n'égale pas le coût moyen, l'entrepreneur ne peut pas entrer sur le marché puisqu'il fait des pertes. L'entrée sur le marché est donc déterminée par le point mort c'est-à-dire le seuil à partir duquel l'entreprise commence à faire des bénéfices. Le prix du marché est alors égal ou supérieur au coût moyen du produit. L'entrepreneur arrête sa production lorsque le prix est égal au coût marginal car, à ce stade, s'il produit un bien supplémentaire, celui-ci lui coûtera plus cher que ce qu'il va rapporter.

$$\text{Profit} = \text{Chiffre d'affaire} - \text{Coût total de production}$$

$$\text{Profit maximum} = (\text{Prix d'équilibre} - \text{Coût moyen}) \times \text{Quantités vendues}$$

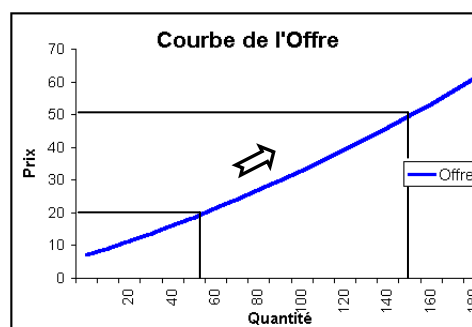


Le profit est maximum pour la quantité égalisant le prix au coût marginal

- L'existence d'un profit en concurrence pure et parfaite est provisoire. En effet, si les entreprises font des profits, cela va attirer d'autres entreprises qui vont augmenter l'offre et faire baisser le prix jusqu'à ce que le profit devienne nul.
- Ainsi, à court terme, les firmes n'ont pas de stratégie en CPP. Elles subissent la loi du marché. A long terme, elles peuvent agir pour diminuer en permanence leurs coûts.
- ✓ La réaction des producteurs face aux prix du marché : la loi de l'offre.

L'offre représente la quantité d'un bien (ou d'un service) que les vendeurs désirent vendre à un prix donné. Sur un marché, on additionne toutes les offres des producteurs pour chaque prix proposé par le commissaire priseur.

L'offre est une fonction croissante des prix. Plus le prix augmente, plus les producteurs augmentent leur offre toutes choses étant égales par ailleurs. A contrario, toute baisse du prix se traduira par une diminution des quantités offertes. Dans ce cas, l'offre se déplace sur la courbe d'offre en fonction du prix. On peut expliquer la loi de l'offre de deux façons :



- D'une part, les producteurs, qui avaient des coûts unitaires trop élevés auparavant, peuvent, avec la hausse des prix, entrer sur le marché ce qui augmente l'offre globale. Plus les prix sont élevés, plus il y a d'offres sur le marché.
- D'autre part, un prix plus élevé augmente les perspectives de profit et incite les firmes rentables à livrer davantage.

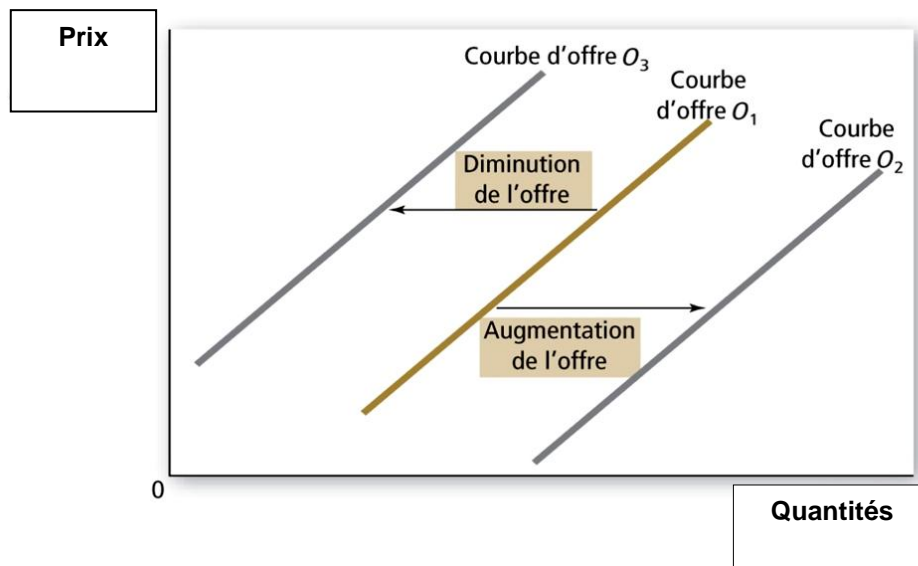
Cependant, **le prix n'est pas le seul déterminant de l'offre**. En effet, il existe d'autres variables qui influencent l'offre mais qui n'ont pas été prises en compte dans la loi de l'offre car on n'avait retenu comme seule variable le prix en raisonnant "toutes choses égales par ailleurs". D'autres facteurs peuvent provoquer **un choc sur l'offre**, qui correspond à une modification de l'environnement économique qui agit sur les quantités offertes sur le marché. Il peut provenir :

- **D'une modification des capacités de production des entreprises.** Les investissements vont augmenter les capacités de production et donc l'offre des producteurs. Une destruction de capacités de production (une usine détruite, une entreprise en faillite) va réduire l'offre sur le marché.
- **De l'introduction du progrès technique.** Elle doit élever la productivité des machines et des travailleurs ce qui va diminuer la quantité de facteurs nécessaire pour réaliser le même produit. Les coûts unitaires vont baisser et l'offre va pouvoir augmenter. **Toute baisse des coûts unitaires augmente l'offre.**
- **De la variation du prix des facteurs.** Une hausse des salaires, du prix des matières premières ou des équipements va augmenter le coût du produit et réduire l'offre pour un prix donné. Inversement, la baisse du prix des facteurs va augmenter l'offre pour un prix donné car la production va devenir plus rentable.
- **Des anticipations des producteurs :** quand une entreprise produit, elle pense également à l'avenir. Si une entreprise anticipe que la demande va augmenter dans le futur, elle peut augmenter l'offre de produit alors même que le prix n'a pas changé (on accepte de vendre plus de produits à un prix identique parce que l'on pense que l'on va gagner plus qu'avant).

➤ **Remarque :** En aucun cas la demande ne peut créer un choc d'offre.

VARIABLES INFLUANT SUR L'OFFRE	UNE MODIFICATION DE CETTE VARIABLE SE TRADUIT PAR...
Prix	un mouvement le long de la courbe d'offre
Prix des intrants	un déplacement de la courbe d'offre
Technologie	un déplacement de la courbe d'offre
Anticipations	un déplacement de la courbe d'offre
Nombre de vendeurs	un déplacement de la courbe d'offre

Dans ce cas, c'est **la courbe de l'offre qui se déplace** vers la droite (hausse des quantités offertes) ou vers la gauche (baisse de l'offre).



b) – Le comportement des demandeurs

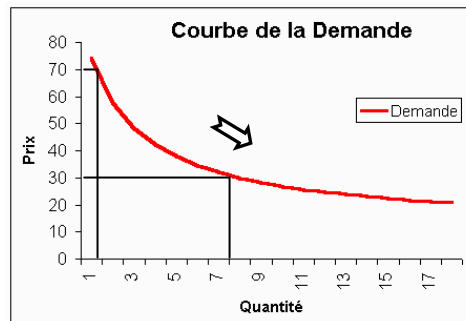
- ✓ **Le calcul du consommateur.**

Avant d'acheter un bien ou un service sur le marché, **le consommateur va comparer le prix du produit à la satisfaction qu'il en retire**. On va considérer que plus le consommateur possède de biens moins il retire de plaisir à l'utilisation d'un bien supplémentaire. Ainsi, lorsqu'on a soif, on retire un plaisir intense au premier verre et une satisfaction moindre au second puis au troisième... **L'utilité marginale est décroissante**. Pour chaque verre, le consommateur est capable de donner un prix. Il va arrêter le nombre de verres qu'il va acheter lorsque le prix du marché sera égal au prix (utilité marginale) qu'il donne au dernier verre acheté.

✓ **La réaction des consommateurs face aux prix du marché : la loi de la demande.**

La **demande** représente la quantité d'un bien (ou d'un service) que les acheteurs désirent acheter à un prix donné. Sur un marché, on additionne toutes les demandes des producteurs pour chaque prix proposé par le commissaire priseur.

La **demande est fonction inverse des prix**. Toutes choses étant égales par ailleurs, la quantité demandée d'un bien diminue quand le prix du bien augmente. Elle augmente lorsque le prix diminue. Dans ce cas, la demande se déplace sur la courbe de demande en fonction du prix. On peut expliquer la loi de la demande de deux façons :



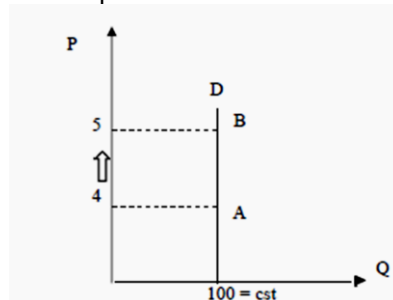
- Si le prix baisse, les consommateurs qui n'avaient pas un pouvoir d'achat suffisant, vont pouvoir **entrer sur le marché**. Inversement, si le prix augmente, les consommateurs les plus pauvres vont sortir du marché.
- Si le prix baisse, les consommateurs ayant un pouvoir d'achat suffisant pour le prix antérieur, vont pouvoir acheter plus de biens puisqu'une baisse des **prix augmente leur pouvoir d'achat**.

Cependant, la **variation de la demande va être plus ou moins proportionnelle à la variation du prix**. Pour la mesurer, on calcule l'élasticité-prix de la demande qui est le rapport entre la variation relative de la demande d'un bien et la variation relative du prix de ce bien. **Ce rapport est généralement négatif** car lorsque le prix augmente, la quantité demandée diminue et réciproquement.

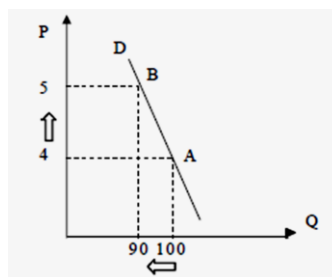
$$\text{Elasticité prix de la demande} = \text{Taux de variation de la Demande} / \text{Taux de variation du prix}$$

Plusieurs cas peuvent se présenter :

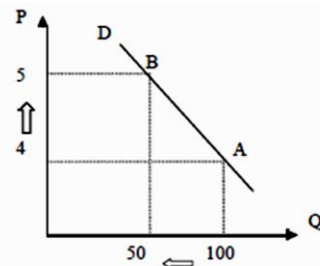
- **La demande est parfaitement inélastique** $\Rightarrow E_d = 0$. Une hausse du prix (ou une baisse du prix) laisse la quantité demandée inchangée. On peut donner l'exemple des consultations médicales qui dépendent peu du prix et surtout de l'état de santé du patient.



- **La demande est inélastique** $\Rightarrow E_d < -1$. Une hausse du prix (ou une baisse du prix) provoque une baisse (ou une hausse) de la demande moins forte en pourcentage. Le prix augmente de 10% et la demande ne baisse que de 2%, par exemple (-0,2). C'est le cas pour les biens essentiels (le pain, l'essence, le gaz...) qui n'ont pas de substituts immédiats.



- **La demande est élastique $\Rightarrow E_d > -1$.** Une hausse du prix (ou une baisse) provoque une baisse (ou une hausse) de la demande beaucoup plus forte en pourcentage. Le prix augmente de 10% et la demande baisse de 30%, par exemple (-3). C'est le cas pour les biens jugés secondaires ou des biens qui peuvent être aisément substitués. Une hausse du prix du cinéma entraînera une baisse plus que proportionnelle de la demande car on peut remplacer la séance par un dvd ou un spectacle télévisé.



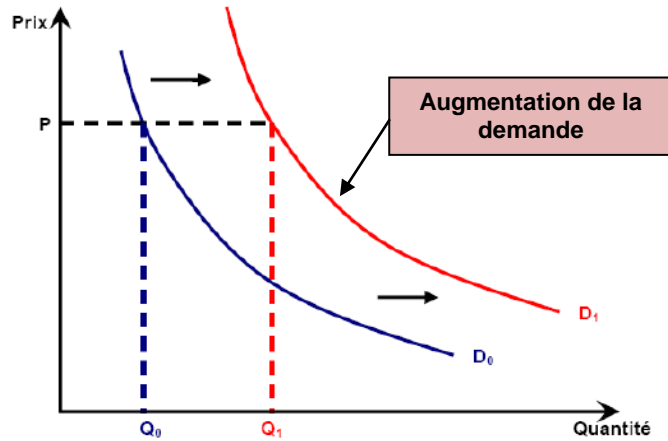
- **La demande augmente lorsque le prix augmente $\Rightarrow E_d > 0$.** Dans ce cas la loi de la demande n'est pas vérifiée. Ceci correspond à trois types de situation :
 - **Les biens Giffen ou biens inférieurs** : quand leur prix augmente, la quantité demandée augmente elle aussi car les ménages ne peuvent plus consommer que cela. C'est le cas d'une hausse des prix des denrées de base pour une population pauvre. Si le prix des pommes de terre augmente, les ménages pauvres renonce à d'autres achats et augmentent leur consommation de pomme de terre.
 - **Les biens Veblen ou biens supérieurs** : quand le prix augmente, la quantité demandée augmente elle aussi car les ménages fortunés veulent montrer qu'ils peuvent consommer un tel bien qui a un caractère exclusif. C'est le cas des biens de très grand luxe (voiture de luxe...) qui définissent le statut social élevé d'une personne.
 - **Les anticipations** : quand le prix d'un bien augmente, les ménages peuvent penser qu'il va continuer d'augmenter dans l'avenir. Ils consomment donc le bien maintenant pour ne pas avoir à le payer plus cher plus tard (phénomène de stockage). de même, lorsque le cours d'une action monte, les épargnants peuvent être incités à l'acheter en espérant la revendre plus cher plus tard.

Enfin, d'autres facteurs que le prix peuvent déterminer la demande. La demande d'un bien peut varier pour quatre autres grandes raisons que la variation du prix du produit.

- **Une augmentation du revenu des ménages** va induire une augmentation de la demande de biens, en particulier de ceux qui ont une forte élasticité.
- **Une modification du goût des consommateurs** qui, influencés par des phénomènes de mode ou par la publicité, reportent leur consommation sur de nouveaux types de biens.
- **Une modification du prix des autres produits** : la demande d'un bien peut également varier du fait de la variation de la demande d'un autre bien. Il faut alors distinguer deux types de biens :
 - **les biens substituables** : ce sont deux biens qui peuvent se remplacer l'un l'autre. Exemple : manger une glace ou une friandise ; boire un soda ou une bière. Dans ce cas, la demande d'un produit A augmente quand le prix du bien B substituable augmente. Par exemple : on consomme plus de soda quand le prix de la bière augmente.
 - **les biens complémentaires** : ce sont deux biens qui se consomment ensemble. Exemple : acheter une voiture et acheter de l'essence. Dans ce cas, la demande d'un produit A diminue quand le prix du bien B complémentaire augmente. Par exemple : quand le prix de l'ordinateur augmente, il y a une diminution de la demande de souris d'ordinateurs.
- **Une augmentation de la population** devrait se traduire par une hausse de la demande.

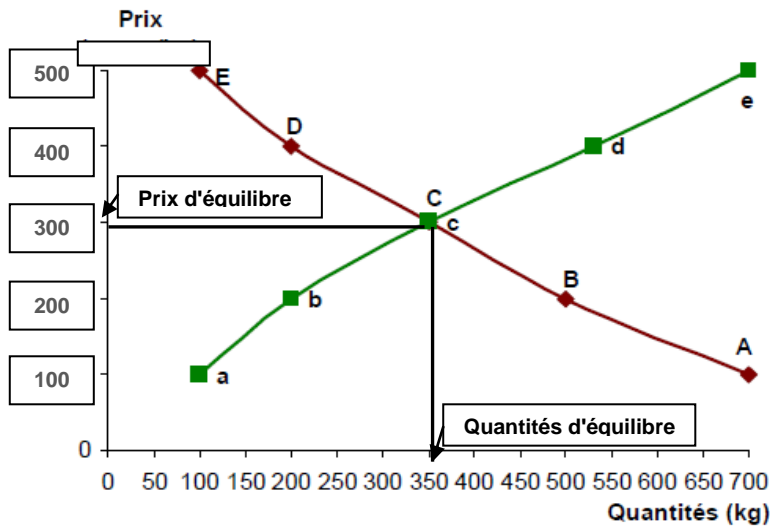
VARIABLES INFLUANT SUR LA DEMANDE	UNE MODIFICATION DE CETTE VARIABLE SE TRADUIT PAR...
Prix	un mouvement le long de la courbe de demande
Revenu	un déplacement de la courbe de demande
Prix des biens connexes	un déplacement de la courbe de demande
Goûts	un déplacement de la courbe de demande
Anticipations	un déplacement de la courbe de demande
Nombre d'acheteurs	un déplacement de la courbe de demande

Dans ce cas, c'est la **courbe de la demande qui se déplace** vers la droite (hausse des quantités offertes) ou vers la gauche (baisse de la demande).



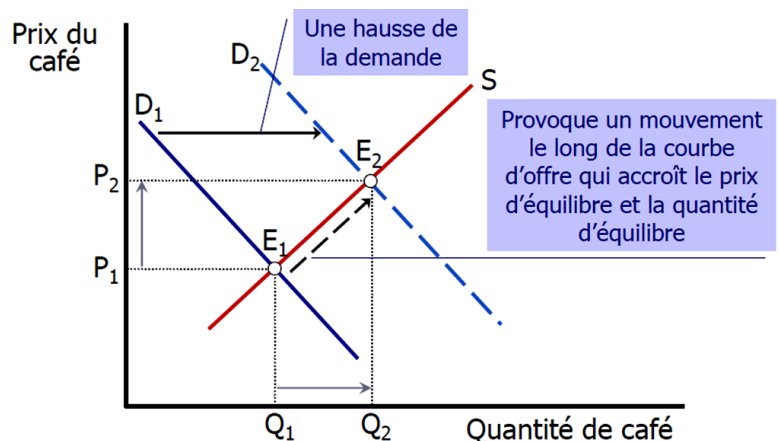
c) – L'évolution de l'offre et de la demande et la fixation du prix d'équilibre

Sur un marché en concurrence parfaite, le prix se fixe à la rencontre de l'offre et de la demande. Il s'agit d'un **prix d'équilibre** c'est-à-dire d'un prix pour lequel les quantités offertes sont égales aux quantités demandées et pour lequel les agents économiques maximisent leur satisfaction.



En construisant les deux courbes on obtient la situation du marché. La rencontre de l'offre et de la demande permet de définir le point d'équilibre. Ce point définit le prix pour lequel l'offre égale la demande, c'est-à-dire le point où se réalise l'échange. On appelle les coordonnées correspondantes « **prix d'équilibre** » et « **quantité d'équilibre** ». Tant que ce point n'est pas atteint, l'excédent d'offre provoque la baisse du prix ou bien la trop forte demande provoque sa montée. C'est donc par tâtonnement qu'est censé être atteint ce prix dans la réalité.

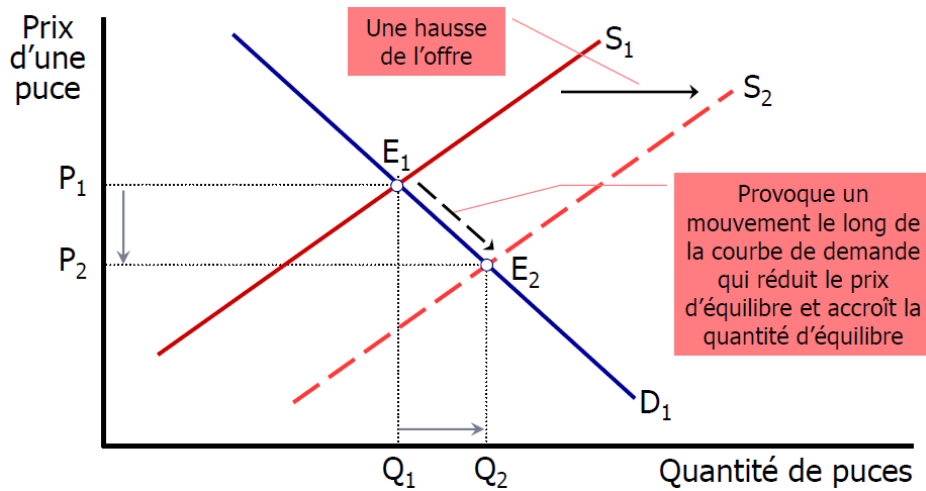
Une hausse (ou une baisse) de la demande fait varier le prix



- Une augmentation de la demande (déplacement de la courbe vers la droite), pour une offre inchangée, va se traduire par une hausse du prix. Inversement, une baisse de la demande (déplacement de la courbe vers la gauche) se traduira, pour une offre inchangée, par une baisse des prix.

Demande > Offre => Hausse du prix

Une hausse (ou une baisse) de l'offre fait varier le prix



- Une augmentation de l'offre (déplacement de la courbe vers la droite), pour une demande inchangée, va se traduire par une baisse du prix. Inversement, une baisse de l'offre (déplacement de la courbe vers la gauche) se traduira, pour une demande inchangée, par une hausse des prix.

Offre > Demande => baisse du prix

Le déplacement de l'offre et de la demande et les conséquences sur les prix et les quantités d'équilibre

	OFFRE INVARIABLE	AUGMENTATION DE L'OFFRE	DIMINUTION DE L'OFFRE
DEMANDE INVARIABLE	P inchangé Q inchangée	P en baisse Q en hausse	P en hausse Q en baisse
AUGMENTATION DE LA DEMANDE	P en hausse Q en hausse	P incertain Q en hausse	P en hausse Q incertaine
DIMINUTION DE LA DEMANDE	P en baisse Q en baisse	P en baisse Q incertaine	P incertain Q en baisse

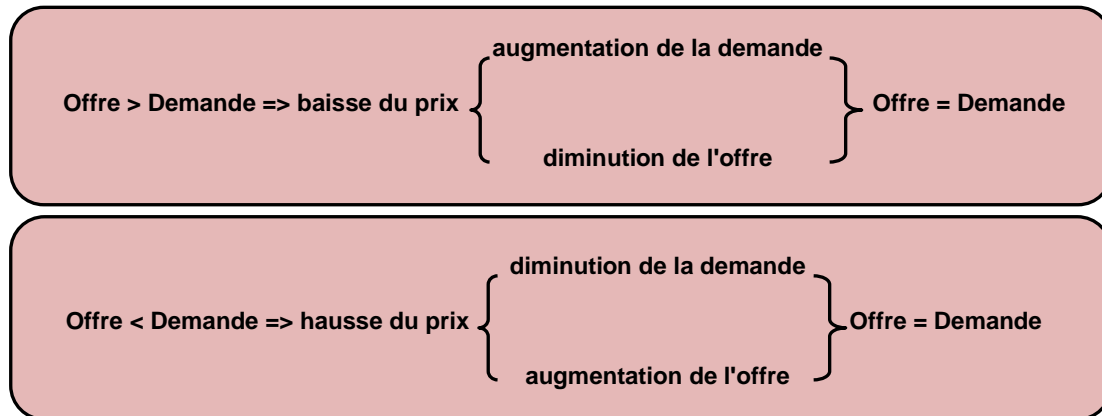
La première fonction du marché est de permettre une rencontre entre offreurs et demandeurs et d'aider à la fixation d'un prix pour que des échanges se réalisent. C'est en se mettant d'accord sur le prix du produit que les offreurs acceptent de vendre et les demandeurs acceptent d'acheter. Le mécanisme de fixation du prix de marché permet la coordination des agents économiques : la variation du prix d'un produit modifie les conditions de réalisation d'autres échanges, selon une intensité mesurée par l'élasticité. Ainsi, sur le marché du pétrole, les offreurs et les demandeurs négocient et fixent le prix du pétrole. Et chaque jour ils font de même.

La deuxième fonction est de donner une règle pour répartir des produits dans l'économie. Les produits rares (peu produits et/ou beaucoup demandés) ont généralement des prix plus élevés que les produits communs (beaucoup produits et/ou peu demandés). Ainsi, au départ, une nouvelle console type PS3 est vendue à un prix élevé, puisqu'elle est rare (beaucoup demandée). Au bout d'un an, beaucoup de personnes ont déjà été en contact avec la console, et son prix baisse progressivement vu qu'elle est moins rare (moins demandée) et que sa production en masse réduit son coût unitaire de production (économies d'échelle).

C – FIXATION DES PRIX ET REGULATION ECONOMIQUE

a) – Prix d'équilibre, information et efficacité des marchés

La troisième fonction du marché est donc de donner une information aux agents économiques qui échangent des biens et des services. Le prix d'équilibre est la seule information qui fait réagir les agents économiques. Ainsi, une hausse du prix d'équilibre devrait inciter, toutes choses étant égales par ailleurs, les offreurs à livrer plus de marchandises sur le marché et les demandeurs à en acheter moins. L'offre va devenir supérieure à la demande et le prix va retrouver son niveau d'équilibre antérieur. Le marché a pour fonction de guider l'activité économique : les prix sont des signaux qui indiquent quelles marchandises ont besoin d'être plus produites et lesquelles ont besoin d'être moins produites. L'entreprise n'a pas besoin de connaître la totalité des informations qui déterminent la satisfaction de ses clients. Le prix est suffisant : il permet de révéler les préférences des agents et la rareté relative des produits.



Ce mode de régulation par le marché présente trois grands avantages.

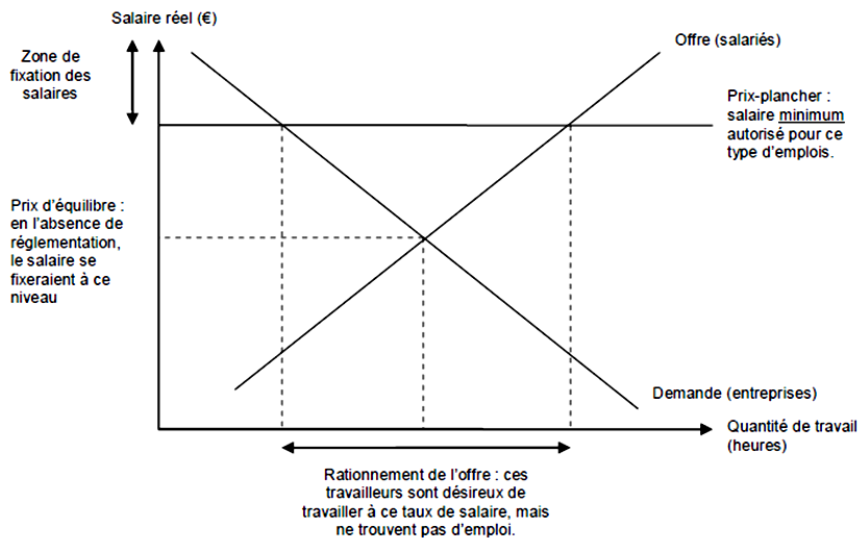
- **Un rééquilibrage automatique de l'économie.** Tout déséquilibre entre l'offre et la demande provoque une variation des prix qui rétablit l'équilibre. Le marché s'autorégule à condition que les prix soient flexibles. L'intervention de l'Etat n'est donc pas nécessaire.
- **Le marché est le mode de régulation le plus efficace car il met en concurrence les agents économiques.** La concurrence est supposée améliorer l'efficacité du système économique pour plusieurs raisons :
 - **la concurrence oblige les entrepreneurs à innover** pour diminuer leurs coûts unitaires et rester compétitif. Cette baisse du coût accroît l'offre de richesses ce qui fait baisser les prix jusqu'à la disparition des profits qui oblige les firmes à innover de nouveau.
 - **La concurrence accroît l'offre en quantité et en variétés et pèse sur les prix** ce qui favorise les consommateurs qui ont une plus grande liberté de choix et qui voient leur pouvoir d'achat augmenter.
 - **La concurrence élimine les entreprises marginales**, celles dont le coût de production est trop élevé par rapport aux prix. L'économie nationale devient ainsi plus efficace et compétitive.
- **Le marché réalise un optimum social.** Sur le marché, chacun poursuit des buts égoïstes mais, par le phénomène de la "main invisible" (Adam Smith), c'est-à-dire l'intervention du marché, c'est la satisfaction de tous qui est réalisée.

b) – Le rationnement de l'offre et de la demande

Cependant, il arrive que les prix ne puissent pas s'ajuster aux variations de l'offre et de la demande. Dans ce cas, l'économie ne peut parvenir à l'équilibre. Du fait de la rigidité des prix, les quantités offertes ne correspondent pas aux quantités demandées. On parle alors de **rationnement**. Toute tentative d'imposer de bloquer les prix à la baisse (**prix plancher** comme le Smic pour les salaires) ou à la hausse (**prix plafond** comme le prix de certains loyers) va se traduire par des situations d'excédents ou de pénurie. Deux cas peuvent donc se présenter :

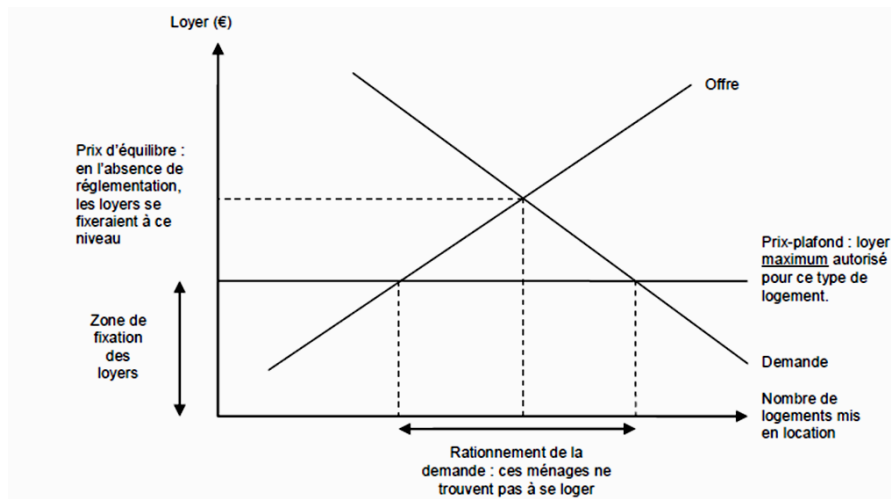
- **Dans le cas du prix plancher**, le prix ne peut pas baisser en dessous d'un certain seuil, l'offre va donc excéder la demande ce qui va faire apparaître des **excédents ou surplus**. Ainsi, les prix de soutien aux éleveurs de la Politique agricole commune (PAC) ont entraîné des « montagnes » de beurre et de lait dans les années 1980. De même, le SMIC interdit aux salaires de baisser en dessous de ce seuil. Il va donc y avoir un surplus de travailleurs pour offrir leur travail à ce prix. Les libéraux considèrent donc que le chômage est dû à la rigidité des salaires qu'autorise le SMIC. Si le salaire pouvait baisser en dessous de ce seuil, il y aurait moins de demandeurs d'emplois (offre de travail) et plus d'offre d'emplois (demande de travail des entreprises) et donc une absence de chômeurs.

Les effets d'un prix plancher : le salaire minimum



- Dans le cas du **prix plafond**, le prix ne peut pas s'élever au-dessus d'un certain seuil, la demande va excéder l'offre ce qui va provoquer des **pénuries**. Ainsi, le maintien des loyers à un niveau bas n'incite pas les promoteurs immobiliers à construire et pousse les ménages à réclamer ce type de logement. D'où une pénurie de logements sociaux. De même, si on gèle les loyers des appartements (loi de 1948), la demande pour ce type de logement va dépasser fortement l'offre et des ménages ne vont pas trouver à se loger à ce niveau de prix.

Les effets d'un prix plafond : le contrôle des loyers



D – LES CONDITIONS DE LA CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

La **concurrence pure et parfaite**, définie par Knight en 1921, est une situation de marché dans laquelle l'offre et la demande répondent à certaines conditions. Il s'agit d'un modèle théorique qui précise les conditions pour lesquelles la loi de l'offre et de la demande peut fonctionner. Ce modèle repose sur 5 conditions :

- **L'atomicité** = elle se caractérise par la présence d'un grand nombre d'offreurs et de demandeurs. Ces offreurs et ces demandeurs doivent être de taille réduite (« atomes »). On dit qu'il y a atomicité d'un marché lorsqu'aucun agent du marché (acheteur ou vendeur) ne peut, par sa seule action exercer une influence sur les conditions du marché. En bref, cela signifie qu'un seul acheteur ou un seul le vendeur ne peut, par sa seule action, faire baisser ou augmenter le prix du marché. Par exemple, si un seul acheteur décide de doubler sa consommation journalière de sel, cela représentera une "goutte d'eau dans la mer", et le prix du sel ne baissera pas. Cette situation d'atomicité suppose l'absence totale de monopole, l'absence totale d'entente entre les groupes d'entreprise ou entre les travailleurs, l'absence de position dominante...
- **L'homogénéité du produit** = tous les produits offerts sur le marché doivent être comparables ou homogènes. Pour chaque produit il y a un marché. Sur ce marché, tous les produits doivent être identiques car seul le prix préside à l'achat (absence de marque, de logo, de qualité différente, de publicité...).
- **La libre entrée ou la fluidité** = aucun obstacle ne doit entraver la libre entrée sur le marché ou la libre sortie du marché (absence de réglementation, de barrières douanières, de monopoles publics, de brevets...) On devrait pouvoir librement créer une pharmacie, par exemple.

- **La transparence** = l'information sur les prix et la qualité des produits doit être parfaite et gratuite (absence d'informations confidentielles, absence de publicité...).
- **La mobilité des facteurs** = travail et capital doivent pouvoir circuler librement d'un métier à l'autre (mobilité professionnelle) ou d'un lieu à l'autre (mobilité géographique), ou d'une activité à l'autre en fonction des opportunités de profits et de salaires (absence de lois sur l'immigration, absence de contrôle des changes...).

Conditions	Définition	Illustration	Raison d'être
Atomicité de l'offre / de la demande	Il faut un nombre suffisamment important d'acheteurs et de vendeurs pour éviter que du côté de l'offre et de la demande un ou plusieurs entreprises et / ou consommateurs dominant et influencent le marché	les marins pêcheurs dans un port de pêche le marché de la truffe ou du porc généralement sur ces marchés, les prix se fixent selon le mécanisme des enchères.	Condition d'existence de la concurrence entre les vendeurs, entre les acheteurs.
Homogénéité du produit	Il n'y pas de différenciation du produit (par la marque ou la publicité par exemple)	Marché des fruits et légumes	Eviter que la concurrence porte sur autre chose que le prix
Fluidité du marché	Il n'y a pas d'obstacle à l'entrée d'un concurrent sur le marché.	Une galerie marchande. Un magasin peut toujours s'installer	La pression concurrentielle est indispensable pour que le marché soit efficace.
Transparence du marché	Libre circulation de l'information sur le marché que seul le prix est censé véhiculé. L'information des agents est totale.	Un prix élevé souligne normalement un produit de qualité ou un produit rare.	Le prix joue un rôle essentiel dans l'ajustement de l'offre et de la demande. Il est le seul signal du marché
Mobilité des facteurs	Un producteur sur le marché peut accéder sans coût supplémentaire aux différents facteurs de production	Avec l'UEM, les entreprises et les travailleurs ont la liberté de s'installer dans les autres pays de l'UE	Les facteurs de production doivent pouvoir aller là où l'activité est la plus profitable pour une meilleure allocation des ressources.

Si la concurrence pure et parfaite peut jouer pleinement sur tous les marchés, le système économique fonctionne au mieux.

- **Aucun producteur ne peut augmenter ses recettes en augmentant ses prix mais seulement en étant plus efficace et en abaissant son coût** de revient, donc son prix, ce qui lui assure des clients supplémentaires. Lorsque des producteurs vendent plus chers qu'ils ne le devraient au regard de leurs coûts de revient, la liberté d'entrer sur le marché pousse des agents économiques à fabriquer et vendre des produits pour profiter eux-aussi des conditions anormalement avantageuses qu'ils ont repérées. Mais, en entrant sur le marché, ils augmentent l'offre du produit et le prix anormal va nécessairement baisser.
- **Les changements de préférences des demandeurs sont prises en compte par les producteurs** qui répercutent à leur tour ces modifications sur leur demande de matière première, de machines... De proche en proche, les désirs des demandeurs sont transmis tout au long de la chaîne de production jusqu'à ce que les facteurs de production (machines, emplois...) soient réaffectés en fonction de la nouvelle demande.
- **Les ressources rares sont employées au mieux et il ne peut y avoir de déséquilibre durable**. Ainsi, sur le marché du travail, les personnes qui recherchent un emploi en trouveront un à condition d'accepter de se déplacer des secteurs qui ne correspondent plus à la demande vers ceux qui émergent et sont appelés à se développer. Il en va de même pour l'allocation des ressources financières qui sont captés par les entreprises capables de leur assurer le plus haut revenu du fait qu'eux-mêmes sont dans des secteurs à forte demande où ils peuvent produire beaucoup et dégager des profits importants.
- **Enfin, le pouvoir politique n'a pas besoin d'intervenir** pour réguler l'économie et limiter la concentration excessive du pouvoir économique puisque celle-ci ne peut se produire.

Révision interactive :

- http://www.discip.crdp.ac-caen.fr/ses/fichiers/animation_le_marche/lance_me.html
- http://www.discip.crdp.ac-caen.fr/ses/fichiers/td_prix_essence/plafond.html
- <http://www.ac-nice.fr/ses/premiere/marchetd/loi.htm>

