

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

Introduction : La diversité et l'interdépendance des marchés

a) – La diversité des marchés

1 - L'équilibre entre l'offre et la demande est de plus en plus serré, notamment pour les cafés d'Amérique du sud. Alors évidemment, ce phénomène contribue à maintenir fermement le prix du café.

Ce sont essentiellement les prévisions de récoltes des producteurs qui en déterminent le prix. Or le Brésil annonce une baisse de 25% de sa production, et pas la moindre, puisque le Brésil produit de l'Arabica de haute qualité. L'une des raisons de ce recul est liée au fait que tous les deux ans le pied de café de l'Arabica doit marquer une pause. Ce qui sera le cas pour l'année 2010. Cet arrêt forcé a évidemment des conséquences sur l'offre.

Quant à la production colombienne, elle sera encore cette année très faible, proche de son niveau le plus bas depuis 35 ans. De son côté, le Vietnam, second pays exportateur mondial a affronté en début d'année des pluies diluviennes endommageant les récoltes de son café robusta. Par ailleurs, les producteurs de café sont confrontés à l'augmentation du prix des engrais à laquelle s'ajoute la difficulté d'emprunter. Il leur sera donc difficile de réaliser des investissements pour améliorer leur rendement. Si la production recule, ce n'est pas le cas pour la demande qui augmente.

En effet, boire du café est devenu tendance, presque tous les pays apprécient aujourd'hui ce breuvage. D'autant plus que publicité et marketing ont contribué à changer l'image du café. On en parle comme d'un vin, en évoquant sa provenance, son cru... Rien d'étonnant donc que le groupe suisse Nestlé enregistre une progression de 30% en 2009 des ventes de sa filiale Nespresso. Avec des récoltes moindres, des stocks qui se réduisent et une demande en hausse, le prix du café risque fort de grimper.

(Source : Patricia Lecompte, <http://matierespremierres.blogs.rfi.fr/article/2010/01/04/fort-de-cafe-le-cours-du-cafe>)

Q1 - Quels sont les deux éléments qui déterminent le prix du café ?

-
-

Q2 - Qui sont les offreurs sur ce marché ? Qui sont les demandeurs ?

-
-

Q3 - A partir de cet exemple, pouvez-vous donner une définition du marché ?

-
-
-

2 - Visitez un marché dans une bourgade du Maine, dans les années 50. Jeudi est jour de marché. Poules, canards, lapins se retrouvent sur la place de l'église. Acheteurs et vendeurs sont ici bien identifiés: d'un côté les marchands, de l'autre les fermiers. Les premiers déambulent, passent dans les rangs. On parle prix, c'est-à-dire francs par kilogramme. Propositions et contre-propositions précèdent éventuellement un accord et engendrent un flux de transactions irrégulier. Le prix peut varier à quelques mètres de distance, mais des tendances se dégagent que la rumeur renforce ou au contraire annihile. Départ lent, puis cours et transactions plus soutenus; le journal local rendra compte, le lendemain, de la "tendance du jour" qui pourra ainsi se propager dans la région. Le marché terminé, certaines marchandises n'ont pas trouvé preneur: une semaine de sursis pour la volaille, jusqu'au prochain marché !

Le marché de l'automobile neuve est de fait une entité plus abstraite que le marché de volailles. Superficiellement, les transactions s'effectuent dans les garages des concessionnaires agréés par les grandes marques, des lieux qui ne rappellent que de très loin la place du marché des volailles. Bien d'autres différences sont plus significatives: du côté de l'offre, les relations entre les intervenants - marques et concessionnaires - et le mode de fixation des prix, du côté de la demande les modalités du choix des acheteurs, etc. [...] Il est souvent pertinent de distinguer dans le marché de l'automobile des sous-marchés selon les catégories. Ce qui est en cause est l'homogénéité du produit qui définit le marché, et donc la notion de bien.

Faisons encore un pas dans l'abstraction. Notre nouvelle étape est la salle de marché d'une grande banque parisienne en 1995, truffée d'ordinateurs et de téléphones. L'ambiance est fébrile: les "traders" pianotent sur leur ordinateur et s'impatientent au téléphone. Des ordres d'achats ou de ventes sont passés. La plupart des transactions faites ici ne portent pas sur des biens physiques, mais transfèrent entre les agents des droits. Droits à la détention d'une monnaie à échéance déterminée; droits de propriété partagés pour une action; droits à remboursement et à revenus monétaires réguliers pour une obligation...

Terminons cette promenade sur les marchés par celui du travail. Qu'il y ait un marché du travail, et donc que le travail soit une marchandise, était un grand scandale pour Marx. Le pain de l'homme est une chose, sa sueur, ou sa peine, en est une autre. Il serait choquant d'en soumettre la rémunération à la logique marchande quand sont en cause la subsistance, voire la survie du travailleur. Retenons simplement à ce stade que, si le travail est une marchandise, elle n'est pas comme les autres. C'est une "marchandise" dont les caractéristiques reflètent le "capital humain" (l'éducation, l'expérience...) que son détenteur lui a incorporé et qui est donc susceptible d'être modifiée par des actions volontaires. Une "marchandise" dont l'échange et la rémunération ne sont pas soumis aux seules forces des marchés au comptant, mais obéissent à des règles complexes fixées dans le cadre de contrats à terme plus ou moins longs. Enfin, cette "marchandise" constitue souvent un actif essentiel du "portefeuille" des sources de revenus potentielles de celui qui l'offre.

(Source: Roger Guesnerie, *L'économie de marché*, Dominos Flammarion 1996, pp.11 à 16)

1.1 – LES MÉCANISMES DU MARCHÉ EN CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

A – LES HYPOTHÈSES DU MODÈLE NEO-CLASSIQUE

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

1 – La microéconomie¹ est née aux environs des années 1870 et a pris sa forme définitive dans les années 1930-1940. Les pères fondateurs sont, entre autres, le Français Léon Walras (1834-1910), l'Anglais Stanley Jevons (1835-1882) et l'Autrichien Carl Menger (1840-1921). Le projet de ces hommes était de fonder l'étude de l'économie sur des bases scientifiques et de déduire les lois les plus fondamentales de fonctionnement de l'économie. Pour cela, ils tentèrent de construire un modèle théorique simplifié de l'échange marchand. Ce modèle fondé sur quelques hypothèses de base, met en présence des consommateurs et des producteurs (considérés comme rationnels et cherchant à maximiser leur intérêt) placés dans des conditions particulières d'échange, conditions dites de « concurrence parfaite ».

(Source: Bernard Guerrien et Claude Pignol, *Sciences Humaines*, Hors série n° 22, septembre 1998).

Microéconomie¹ = Partie de l'économie qui étudie les comportements individuels des agents économiques.

2 – La société n'étant, en dernière instance, qu'un ensemble d'individus, il semble raisonnable de vouloir expliquer les phénomènes économiques et sociaux à partir des comportements individuels. Le physicien ne cherche-t-il pas lui aussi les réponses aux questions qu'il se pose au niveau des atomes ou des particules élémentaires, le biologiste au niveau des chromosomes et des gènes ? Cependant, deux démarches très différentes sont possibles dans le cadre de ce type d'approche. En effet, soit on considère au départ des individus isolés dont on étudie le comportement avant de s'intéresser à la résultante de leurs actions lorsqu'ils se regroupent pour former une société ; soit on considère cette dernière comme une donnée - avec un appareil d'État, des institutions, des lois, des rapports de propriété, etc. - et on étudie le comportement des individus qui en font partie. [...]

La théorie néoclassique adopte la première démarche puisqu'elle cherche à construire la société à partir d'individus qui ne sont soumis, du moins dans un premier temps, qu'aux seules contraintes résultant du caractère limité de leurs ressources et des possibilités offertes par la technologie. C'est en ce sens qu'on peut considérer qu'ils sont « libres et égaux » (même si leurs ressources diffèrent) ce qui permet d'étudier des individus types, appelés *agents*. Notons enfin que cette démarche est fréquemment qualifiée d'*individualisme méthodologique*.

(Source : Bernard Guerrien, *L'économie néoclassique*, collection Repères, La Découverte, 1993)

Q1 – Quelle est la démarche des théoriciens néoclassiques pour comprendre les faits économiques ?

.....
.....
.....

Q2 – Quelles sont les principales hypothèses retenues pour construire ce modèle ?

-
-
-
-

b) – Une conception centralisatrice et transparente du marché

Afin de maximiser leur satisfaction (les consommateurs) ou leur profit (les producteurs), les agents cherchent à effectuer des échanges, selon des modalités que le théoricien doit spécifier. Tous les modèles microéconomiques supposent un ordre social pacifié : le recours à la force est interdit, nul ne peut être contraint à l'échange. C'est pourquoi tout échange doit procurer à chaque participant un gain (satisfaction ou profit). Pour éviter qu'il n'y ait autant de prix que de transactions individuelles, le micro économiste doit ajouter de nouvelles hypothèses.

La plus simple impose de fixer un prix unique pour chaque bien. Les agents - consommateurs et producteurs - sont alors considérés comme « *preneurs de prix* », puisque ceux-ci leur sont donnés ; avec cette hypothèse : il n'y a donc plus de marchandage entre vendeur et acheteur. Le personnage qui fixe les prix est appelé « *commissaire-priseur* » ou, parfois, « *secrétaire de marché* ».

Pour être sûr que l'offre et la demande d'un bien s'effectue dans les meilleures conditions et non au hasard des rencontres, on doit ajouter une hypothèse supplémentaire : on suppose que les offres et les demandes individuelles sont regroupées, additionnées, puis confrontées globalement. On peut alors parler sans ambiguïté de « la demande » et de « l'offre » d'un bien donné. Cependant, les prix ayant été choisi par hasard, par le commissaire-priseur, rien n'assure que les offres et les demandes (globales) formulées sur la base de ces prix sont égales. Si, néanmoins, tel est le cas, on est en présence de prix d'équilibre. Sinon, le commissaire-priseur fait varier les prix et par « tâtonnement » cherche à établir l'égalité de l'offre et de la demande pour tous les biens (c'est à dire l'équilibre).

(Source: Bernard Guerrien et Claude Pignol, *Sciences Humaines*, Hors série n° 22, septembre 1998).

Q1 – Quel est le rôle du marché dans les actions des individus ?

.....
.....
.....

Q2 – Qui sont les agents en présence sur le marché ?

➤
.....
➤
.....

Q3 – Donnez une définition de « l'offre » et de la « demande »

➤
.....
➤
.....

Q4 – Quelles sont les principales hypothèses retenues pour le bon fonctionnement du marché ?

➤
.....
➤
.....
➤
.....
➤
.....

Q5 – Quel est le rôle du « commissaire-priseur » ?

.....
.....
.....

B – LE COMPORTEMENT DES AGENTS ECONOMIQUES

a) – Le comportement des offreurs

1 – Le principe: Trois entreprises (Q1, Q2, Q3) livrent des montres sur le marché. Le tableau ci-dessous représente l'évolution des quantités offertes en milliers en fonction du prix unitaire en € (p) :

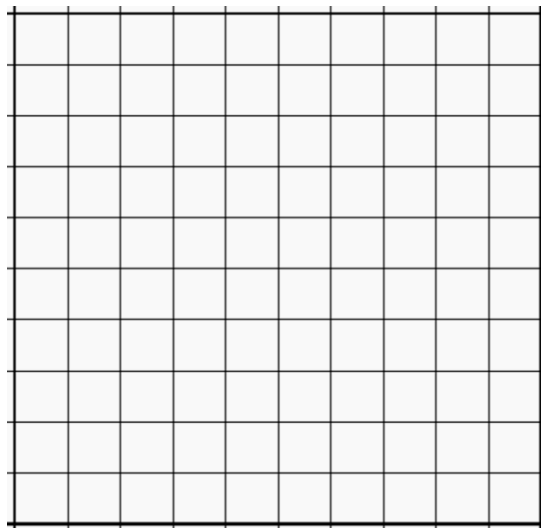
Prix en €	Q1	Q2	Q3	Offre totale
200	0	50	0	
220	15	80	5	
240	50	120	30	
280	80	160	60	
300	100	180	70	
340	140	250	110	
360	160	260	130	
380	180	280	140	
400	210	330	160	

Q1 – Comment expliquez-vous que pour un prix de 200 € deux entreprises ne puissent pas livrer ?

.....
.....
.....

Q2 – Calculez l'offre totale pour chaque niveau de prix et reportez la dans le tableau

Q3 – Représenter la courbe d'offre de montres en plaçant le prix en ordonnées et les quantités offertes en abscisses



Q4 – Comment varient les quantités offertes par rapport aux prix ?

.....
.....

Q5 – Supposons une baisse de votre salaire de 10%, allez-vous réduire votre offre de travail ?

.....
.....
.....

2 – Dans l'examen des forces qui déterminent la courbe d'offre, le point fondamental qu'il convient de saisir est que les producteurs offrent des marchandises pour faire un profit et non pour s'amuser ou par charité. Par exemple, un fabricant de céréale offrira plus de flocons d'avoine à un prix plus élevé parce qu'il sera rentable de le faire. Inversement, quand les prix des flocons d'avoine tombe en dessous des coûts de production, les fabricants de céréales passeront à d'autres activités. [...] Quand les coûts de production sont bas par rapport aux prix du marché, il est rentable pour les producteurs d'en offrir une grande quantité. Quand les coûts de production sont élevés par rapport aux prix, les entreprises produiront peu, passeront à la production d'autres produits ou tout simplement se retireront du secteur.
(Source : P. A. Samuelson, W. D. Nordhaus, *Économie*, Économica, 1998).

Q6 – Quels sont les deux éléments qui peuvent inciter les entreprises à augmenter leur offre de montres ?

-
-

b) – Le comportement des demandeurs

1 – Le principe: Sur le marché des montres, les quantités demandées en milliers varient en fonction des prix unitaires en € :

Prix en €	400	380	360	340	300	280	240	220	200
Quantités demandées	0	50	150	200	350	425	550	625	700

Q1 – Sur la même feuille de papier millimétré, construisez la courbe de demande

Q2 – Comment varie la demande par rapport au prix ?

.....

Q3 – Le prix du pain diminue de 50%, allez-vous augmenter votre consommation de pain ?

.....

Q4 – Que font, en général, les agents économiques lorsque le cours d'une action augmente ? Pour quelle raison ?

.....

2 – Les déterminants de la demande :

Comment décidez-vous combien de glaces vous achetez chaque mois; et quels sont les facteurs qui influent sur votre décision? Voici quelques-unes des réponses que vous pourriez donner.

Le prix. Si le prix du cornet passait à 20 dollars, vous en achèteriez moins. Vous passeriez peut-être au yaourt glacé. Si au contraire le prix tombait à 20 centimes le cornet, vous en achèteriez plus. Si la quantité demandée diminue quand le prix augmente, et augmente quand le prix baisse, on dit que la quantité demandée évolue en fonction inverse du prix. Cette fonction est valide pour la plupart des produits dans une économie. Elle est même tellement générale que les économistes la qualifient de loi de la demande : toutes choses étant égales par ailleurs, quand le prix d'un bien augmente, la quantité demandée diminue.

Le revenu. Qu'advient-il de votre demande de glace si vous ne trouvez pas un emploi cet été ? Elle diminuera très certainement. [...]

Les prix des produits comparables. Imaginons que le prix des yaourts glacés baisse. D'après la loi de la demande vous allez acheter plus de yaourts glacés. Et en même temps vous achèterez probablement moins de cornets de glace. Yaourts glacés et cornets de glace satisfont des désirs similaires [...].

Les goûts. Il s'agit là du déterminant le plus évident de votre demande. Si vous adorez les glaces, vous en consommez beaucoup. [...]

Les anticipations. Vos attentes concernant l'avenir affecte votre demande présente de biens et services. Par exemple, si vous vous attendez à avoir une augmentation de salaire le mois prochain, vous serez peut-être plus enclin à acheter plus de glaces aujourd'hui.

(Source: G. Mankiw, *Principes de l'économie*, Économica 1998)

Q1 – Expliquez pourquoi les quatre éléments cités agissent sur la demande du consommateur ?

-
-
-
-

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

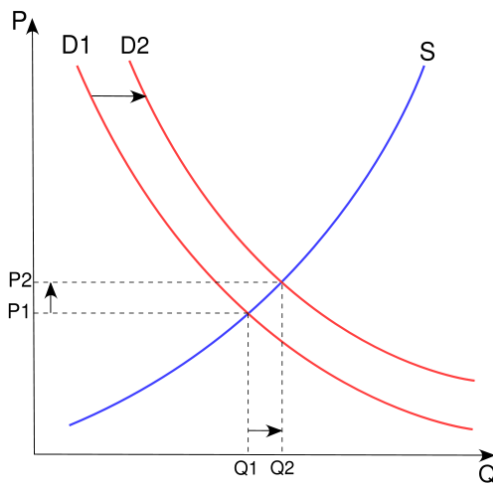
1 – Le prix qui permet de réaliser l'équilibre entre l'offre et la demande se situe à l'intersection des courbes d'offre et de demande. A travers une série d'oscillations successives de la production, entraînant des hausses et des baisses de prix, va se réaliser une égalisation de l'offre et de la demande, qui se prolongera tant qu'un élément de déséquilibre n'y mettra pas fin. On aboutit, grâce au mécanisme de marché, à un prix d'équilibre stable. Pour les libéraux, ce prix d'équilibre est le meilleur possible: à ce prix, aucun consommateur ne peut et ne veut acheter plus qu'il ne le fait, les besoins sont satisfaits. Aucune entreprise ne désire produire plus car le profit est juste suffisant pour maintenir la production.
 (Source : Jean-Marie Albertini, *Les Rouages de l'économie nationale*, Editions de L'Atelier, 1996)

Q1 – Comment se fixe le prix d'équilibre sur le marché ?

.....

Q2 – A partir du graphique que vous avez construit pour les montres,

- quel prix va être retenu ?
- Quelle quantité va être échangée ?



2 – Le prix P d'un bien est déterminé par l'équilibre entre les deux courbes de demande D et d'offre S (S pour supply). Le graphique montre l'effet d'une augmentation de la courbe de demande de D1 à D2 : le prix P et la quantité totale Q vendue augmentent tous les deux.

Lorsque davantage de personnes désirent un bien, la quantité qui en est demandée pour un prix donné tend à augmenter. Cette hausse de la demande peut dériver d'une évolution des goûts, quand les consommateurs accroissent le désir qu'ils ont d'un bien donné. L'évolution de la demande peut-être représentée graphiquement par une translation de la courbe de demande vers la droite. La courbe initiale D0 est alors remplacée par la courbe D1. La conséquence de ce changement est la hausse du prix d'équilibre qui passe de P0 à P1, tandis que s'accroît également la quantité d'équilibre qui passe de Q0 à Q1.

Lorsque les coûts de production de l'offreur sont modifiés, la courbe de l'offre se déplace en conséquence. Si, par exemple, quelqu'un découvre une nouvelle manière de faire pousser le blé, les producteurs tenteront d'accroître les volumes vendus, si bien que la courbe S0 se déplacera vers la droite et deviendra S1.

(Source : http://fr.wikipedia.org/wiki/Offre_et_demande 2007)

Q1 – Que signifie le déplacement de la courbe de la demande de D1 en D2 ?

.....

Q2 – Qu'en résulte-t-il pour le prix si l'offre reste inchangée ? Complétez le schéma :

.....

Demande > Offre =>.....du prix

Q3 – Tracez la courbe S1 parallèle à S0 et observez la variation des prix et des quantités. Que constatez-vous ?

.....

Offre > Demande =>.....du prix

En cherchant à imposer leur loi à la « loi » du marché, les gouvernements perturbent cette belle mécanique. Les cas habituellement cités sont ceux du marché immobilier et du marché du travail :

- lorsque l'on impose un plafond aux loyers, l'exemple type étant la loi de 1948, il en résulte un excès de demande de logements, c'est-à-dire une pénurie dont les premières victimes sont les candidats à la location ;

- lorsque l'on impose un salaire minimum, l'exemple type étant le SMIC, il en résulte un excès d'offre de travail, c'est-à-dire une pénurie d'emplois dont les premières victimes sont les chômeurs.

Toute entrave à la flexibilité des prix empêcherait donc le marché d'atteindre l'équilibre et induirait par conséquent des rationnements (de la demande en cas de prix plancher, et de l'offre en cas de prix plafond). On expliquait aussi de cette façon les files d'attente devant les magasins dans les économies des pays de l'ancien bloc communiste (selon l'adage : les portefeuilles sont pleins mais les magasins sont vides). Remarquons que dans les économies de « marché », l'absence de files d'attente n'implique pas la disparition du rationnement : il ne s'effectue pas principalement par les quantités, mais par les prix et les revenus (selon l'adage : les magasins sont pleins mais les portefeuilles sont vides).

(Source : Pascal Combemale, *La loi de l'offre et de la demande*, Cahiers Français n° 315, 2006)

Q1 – Qui détermine en définitive le prix d'un produit ?

.....

Q2 – Expliquez les deux exemples soulignés ?

➤

.....

➤

.....

Q3 – Quelle conclusion en tirent les économistes néo-classiques ?

.....

.....

D – LES CONDITIONS DE LA CONCURRENCE PURE ET PARFAITE

En 1981 s'est constitué, à Fontaines-en-Sologne, un marché qui draine une grande partie de la production de "fraises à bouche" provenant de communes de Sologne. Outre les producteurs, ce marché accueille des grossistes ou "expéditeurs" de la région ou d'autres régions qui acheminent cette production vers le marché de Rungis, vers des centrales d'achat ou bien encore vers des marchés étrangers. [...]

Le marché au cadran a lieu dans un hangar comprenant deux parties: un hall où les producteurs-vendeurs exposent leurs fraises emballées et étiquetées à l'appréciation des acheteurs et une salle des ventes où l'on procède aux enchères.

Cette salle des ventes est divisée en trois parties: une cabine munie d'un ordinateur, d'un télex et d'un microphone avec lesquels le "vendeur" procède aux enchères. Sur la paroi externe de la cabine est fixé un panneau électronique qui affiche les lots à vendre, décline les enchères, le prix auquel les lots ont été vendus et l'identification de l'acquéreur. Deux salles sont réservées, respectivement aux vendeurs et aux acheteurs face à la cabine située au rez-de-chaussée. Celle des producteurs-vendeurs est munie de bancs et de tables rectangulaires, d'une balance et d'un tableau noir où sont inscrits à la craie divers communiqués à leur usage, et des revues spécialisées donnant le cours des fraises sur les différents marchés nationaux et internationaux sont accrochées. La salle des acheteurs est située au-dessus de celle des producteurs, aménagée de gradins qui permettent d'avoir une bonne vision du panneau électronique. Chaque acheteur dispose d'un pupitre muni d'un dispositif électronique avec lequel il peut stopper les enchères, donc se porter acquéreur des différents lots offerts sur le marché, et d'un téléphone. Depuis la salle des acheteurs comme de celle des vendeurs, on a une vision parfaite de la cabine du "vendeur" d'où partent les enchères, par contre vendeurs et acheteurs ne peuvent s'apercevoir.

A la saison des fraises, vers midi et demi, les producteurs ou leur famille apportent au marché la production du jour, rangée uniformément dans des barquettes de 500 grammes placées dans des plateaux, et ils disposent ces derniers en piles plus ou moins importantes selon la quantité apportée et le nombre de lots qu'ils veulent constituer. Chaque cageot comporte une étiquette précisant la variété botanique du fruit, sa qualité selon les critères du Comité économique du Val-de-Loire et, éventuellement, l'existence du label d'origine. Puis ils se rendent dans la cabine du "vendeur" pour lui remettre leur "fiche", c'est à dire la description exacte des produits exposés dans le hall (le nombre de lots, leur identification et leur poids).

Le "vendeur" introduit ces données dans l'ordinateur et établit en quelques minutes un catalogue pour le distribuer aux acheteurs qui arrivent sur les lieux vers 13 heures et parcourent le hall d'exposition pour préparer leurs achats. Au bout d'une demi-heure, le "vendeur" annonce le début des transactions au moyen d'une sonnerie et chacun s'installe pour la vente. Le "vendeur" annonce les catégories de fraises qui vont faire l'objet des transactions et instruit l'ordinateur des prix maximum et minimum de chaque catégorie. Les opérations sont réalisées selon le principe d'enchères dégressives, l'ordinateur étant programmé pour décliner les valeurs du prix au kilo dans le sens décroissant jusqu'à ce qu'un acheteur se déclare. Le producteur, vendeur du lot, doit signifier par un geste de la main son assentiment ou son refus. S'il n'est pas d'accord sur le prix affiché sur le panneau lumineux, son lot sera offert une deuxième fois en fin de marché. On procède ainsi à la vente successive de tous les lots. Les transactions se font sans paroles, en dehors des seules annonces du "vendeur". [. . .]

Le modèle de la concurrence pure et parfaite énoncé par les économistes suppose cinq conditions :

- Chaque agent économique agit comme si les prix étaient des données, autrement dit aucun des vendeurs ou des acheteurs n'est assez fort pour pouvoir exercer une influence perceptible sur les prix (atomicité) ;
- Le produit est homogène, c'est à dire qu'il a le même usage social et est identifiable indépendamment de son vendeur ;
- Le marché est fluide: il y a libre entrée sur le marché des partenaires de l'échange ;
- Le marché est transparent: les agents économiques disposent d'une connaissance parfaite des quantités, qualités et prix des produits offerts ;
- La parfaite mobilité des facteurs de production: travail et capital se dirigent toujours vers les emplois où on en tire le meilleur parti.

