

THÈME 1 - LES MARCHÉS

CONCURRENCE PARFAITE, LIMITES & DÉFAILLANCES

Chapitre 1 - Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

Objectifs d'apprentissage :

- ⇒ Définir marché, institutions marchandes, concurrence parfaite, monopole, oligopole, pouvoir de marché, offre, demande, facteurs de production, profit, prix d'équilibre, quantité d'équilibre, gains à l'échange, surplus du producteur et surplus du consommateur ;
- ⇒ Expliquer en quoi le marché est une institution ;
- ⇒ Comprendre et illustrer qu'il existe différentes structures de marché selon le degré de concurrence (concurrence parfaite, concurrence monopolistique, oligopole et monopole), impliquant un plus ou moins fort pouvoir de marché ;
- ⇒ Comprendre et représenter graphiquement le fonctionnement du marché en concurrence parfaite ; la détermination de l'équilibre lorsque les agents sont preneurs de prix et les incidences sur le prix et la quantité d'équilibre des déplacements des courbes d'offre et de demande suite à un choc ;
- ⇒ Illustrer l'auto-régulation marchande ;
- ⇒ Dédurre la courbe d'offre de la maximisation du profit par les producteurs ;
- ⇒ Identifier graphiquement et comprendre la formation des surplus du producteur et du consommateur ;
- ⇒ Montrer que les gains à l'échange sont maximums à l'équilibre en concurrence parfaite.

Notions à connaître : marché, institutions marchandes, concurrence parfaite, monopole, oligopole, pouvoir de marché, offre, demande, facteurs de production, profit, prix d'équilibre, quantité d'équilibre, gains à l'échange, surplus du producteur et surplus du consommateur.

Savoir-faire : déterminer la quantité qu'une entreprise doit produire telle que le profit atteint un maximum, tracer les courbes d'offre et de demande dans un repère orthonormé et en déduire l'équilibre, les surplus et la perte sèche en cas d'intervention sur le marché.

Problématique Comment se déterminent les prix sur un marché lorsque la concurrence est parfaite ?

Plan du cours :

I – Le marché concurrentiel : un modèle qui permet de comprendre la formation des prix

- A. Le marché : une institution et un lieu où se rencontrent une offre et une demande
- B. Le marché concurrentiel : un modèle qui permet de comprendre de manière simplifiée le fonctionnement des échanges marchands

II – Le fonctionnement du marché concurrentiel

- A. Des déterminants de l'offre et de la demande à l'équilibre, en concurrence parfaite
- B. Auto-régulation marchande et allocation des ressources optimale à l'équilibre

I – Le marché concurrentiel : un modèle qui permet de comprendre la formation des prix

A. Le marché : une institution et un lieu où se rencontrent une offre et une demande

1. Le marché est le lieu de rencontre d'une offre et d'une demande

Document 1. Il existe une très grande diversité de marchés

A l'origine, un marché était une place publique où les biens étaient proposés par des offreurs à des acheteurs appelés demandeurs. On appelait souvent ces marchés Bourses de valeur, comme la bourse de Bruges créée en 1409 ; on y trouvait du sucre, des épices, des animaux, des tissus, etc. (...). De nos jours, la notion de marché fait trop souvent penser à capitaux, mais il ne s'agit que d'une extension d'un concept initial assez flou (...). On peut définir un marché ainsi : au sens économique, le marché est le lieu – réel ou abstrait – où se confrontent une offre et une demande pour aboutir à la détermination du prix auquel se réaliseront les échanges (achats et vente). Il existe donc un marché pour chaque type de biens et de services. La notion de marché est donc assez nébuleuse, ne serait-ce que parce qu'on ne sait pas où se trouve un tel marché...(…). Les principaux marchés sont ceux des biens et services, du travail et des capitaux.

R. Didier, *Les grands mécanismes de l'économie*, Ellipses, 2016

- Q1. Relevez dans le texte la définition d'un marché. En quoi un marché peut-il être « abstrait » ? Illustrez votre réponse par un exemple.
 Q2. D'après vous, qu'est-ce qu'une offre et une demande ?
 Q3. Pour chacune des quatre images, indiquez en quoi il s'agit d'un marché en précisant : quels biens ou services y sont échangés, si le marché est réel ou abstrait, qui sont les offreurs et les demandeurs.



2. Le marché a besoin d'institutions pour fonctionner

Document 2. Sans institutions, sans règles, pas d'échange marchand

Pour pouvoir fonctionner harmonieusement, une économie de marché doit s'appuyer sur un ensemble de règles juridiques et d'institutions solides qui favorisent et encadrent les échanges. [...] Dans le cadre d'une économie de marché, la vie quotidienne rend la monnaie indispensable, car elle nous permet d'acquérir des biens et des services dont nous avons besoin. La monnaie est un instrument qui permet aux individus de participer aux échanges marchands dans un espace donné ; à ce titre, elle constitue une référence commune dont la détention contribue à intégrer socialement ou bien à exclure. [...] Le marché est un ensemble d'institutions : il n'est pas un fait naturel, il n'émerge pas spontanément, mais il est le résultat d'une construction par les acteurs sociaux. Il a besoin qu'un certain nombre de règles soient définies pour fonctionner correctement. Ainsi, pour choisir de vendre un bien, il faut que celui-ci

nous appartienne, c'est-à-dire qu'il existe des règles juridiques nous définissant comme propriétaire de ce bien et garantissant sa propriété. Il ne peut donc y avoir d'échange marchand sans détermination des droits de propriété. [...] Il faut également élaborer des contre-pouvoirs, notamment pour éviter les effets néfastes d'une concurrence sans limites. [...] Par conséquent, l'existence d'institutions et le respect des contrats sont nécessaires pour qu'offreurs et demandeurs puissent se rencontrer et s'accorder sur les conditions d'échange.

Laurent Braquet, *L'essentiel pour comprendre l'économie de marché*, Lextenso éditions, coll. Carrés Rouge, 2015.

- Q1. Relevez dans le texte les institutions dont le marché a besoin pour fonctionner.
 Q2. Pourquoi n'y aurait-il pas d'échanges marchands sans garanti des droits de propriété ? Qui les garantis ? Pour quels types de biens existe-t-il de tels droits ?
 Q3. En quoi peut-on donc dire que le marché est une institution ?

Synthèse

I.A – Le marché : une institution et un lieu où se rencontrent une offre et une demande

Un marché est un réel ou fictif, où se rencontrent, dans le but de réaliser un échange :

- ⇒ une : une quantité de biens ou de services que les producteurs souhaitent vendre pour un prix donné, et
- ⇒ une : une quantité de biens ou de services que les consommateurs souhaitent acheter pour un prix donné.

Il existe donc un très grand nombre de marchés ; il existe autant de marché que de ou de échangés. Si certains échanges se déroulent dans un lieu précis (on parle alors de marchés) d'autres sont difficilement localisables, car se déroulant dans plusieurs lieux à la fois ou sur internet (on parle alors de marchés ou).

Pour fonctionner, le marché a besoin d'....., parmi lesquelles on peut citer qui sont au fondement de l'échange marchand. En effet, il convient d'établir qui possède le bien ou le service pour qu'il puisse y avoir échange marchand. Ces droits favorisent l'émergence d'idées et d'objets nouveaux. Sans droits de propriété intellectuelle, personne ne serait incité à par crainte d'être et de voir son invention non rémunérée.

Les marchés sont donc encadrés par des Il s'agit d'un ensemble de règles qui permettent et encadrent les échanges marchands. Elles peuvent être :

- ⇒ , tels que les lois, les droits de propriété ou des labels quant à la qualité.
- ⇒ , telles que les conventions sur la qualité ou des coutumes de négociation.

Elles permettent les échanges et les facilitent car elles ont pour buts d'..... et de protéger les offreurs et les demandeurs, mais aussi de réduire les incertitudes et d'ainsi accroître , afin que les échanges se réalisent.

Définitions

Marché : lieu, fictif ou réel, où se rencontrent l'offre des producteurs et la demande des acheteurs, dans le but de réaliser un échange.

Institutions marchandes : ensemble des règles, formelles et informelles, qui permettent et encadrent les échanges marchands.

Droits de propriété : droits dont dispose le propriétaire d'un bien (matériel ou immatériel) de l'utiliser comme il veut (usus), d'en tirer un bénéfice (fructus) et de le vendre (abusus), dans les limites fixées par la loi.

B. Le marché concurrentiel : un modèle qui permet de comprendre de manière simplifiée le fonctionnement des échanges marchands

Document 3. Le modèle du marché concurrentiel

Le modèle de concurrence pure et parfaite est le fruit de travaux d'économistes dits « néo-classiques », et propose une représentation simplifiée d'une économie où la concurrence s'exerce uniquement par les prix. Aucun agent ne peut jouer sur d'autres facteurs que le prix pour s'imposer (...). La concurrence pure et parfaite est définie par 5 conditions (...).

Les hypothèses de la concurrence pure et parfaite

Atomisticité	Le marché rassemble un très grand nombre d'offreurs et de demandeurs, de telle sorte qu'aucun acteur ne peut à lui seul influencer les prix. On dit que les agents sont « preneurs de prix » (ou price taker).
Libre entrée-sortie	Tout agent peut quitter ou entrer sur le marché à tout instant.
Homogénéité des produits	Les produits échangés sur le marché sont strictement identiques
Transparence	L'information est parfaite et gratuite et tous les acteurs connaissent ainsi parfaitement la qualité des produits échangés et leurs prix.
Parfaite mobilité des facteurs de production	Les travailleurs et le capital sont parfaitement mobiles

Ces conditions théoriques sont très exigeantes et, au niveau empirique, les marchés qui s'en approchent sont très rares (...). En soi, il n'est pas problématique qu'un modèle théorique ne soit pas le reflet parfait de la réalité ; par définition, tout modèle offre une représentation simplifiée et néglige certaines caractéristiques du phénomène étudié (...) Le modèle de la concurrence pure et parfaite a une certaine portée heuristique* (...) : il permet par exemple, sous l'hypothèse d'une variation de la demande sur un marché, d'en déduire les variations de prix qui en découlent. On peut ensuite confronter les observations empiriques aux prédictions du modèle, et voir dans quelle mesure il permet effectivement d'éclairer les phénomènes étudiés.

* Heuristique : qui sert à la découverte. En science économique, on dira d'un modèle qu'il a une portée heuristique lorsqu'il permet d'expliquer les phénomènes économiques observés.

Emmanuel Buisson-Fenet, Marion Navarro, *La Microéconomie en pratique*, Armand Colin, 2018

Q1. Qu'est-ce que le modèle de la concurrence pure et parfaite ?

Q2. Pourquoi si l'hypothèse d'atomisticité n'était pas respectée, les agents ne seraient plus « price taker » ?

Q3. Expliquez en vous appuyant sur le texte, la phrase soulignée.

Document 4. La plupart des marchés ne respectent pas au moins une hypothèse : les structures de marché

Les différentes structures de marchés

Structure de marché	Nombre d'offreurs	Libre-entrée	Nature du produit	Exemples
Concurrence parfaite	un très grand nombre	oui	homogène	
Concurrence monopolistique	un grand nombre	oui	différenciée	
Oligopole	quelques	limitée	différenciée ou homogène	
Monopole	un seul	très limitée ou bloquée	unique	

Manuel de SES, Hatier 2019

Q1. Quelles sont les différences entre : la concurrence parfaite et la concurrence monopolistique ? entre un oligopole et un monopole ? entre un oligopole et un monopole ?

Q2. Quelles sont les hypothèses de la concurrence parfaite qui sont remise en cause en présence de concurrence monopolistique, d'oligopole et de monopole ?

Q3. Dans la colonne « Exemples », reportez les cas suivants dans les cases appropriées : le transport ferroviaire de voyageurs en France, les forfaits téléphoniques, les avions de lignes, les salades, les romans, l'hôtellerie, l'automobile, le blé.

Synthèse

I.B- Le marché concurrentiel : un modèle qui permet de comprendre de manière simplifiée le fonctionnement des échanges marchands

Pour comprendre le fonctionnement des marchés et la détermination d'un prix, les économistes , s'appuient sur un modèle, une représentation de la réalité.

Le marché est dit..... , ou conforme au modèle de la lorsqu'il répond à cinq hypothèses :

- : il y a un très grand nombre d'offreurs et de demandeurs, si bien que chacun est individuellement trop petit pour influencer le prix ; il est réduit à un « atome ».
- : les produits sont considérés comme identiques ou équivalents par les acheteurs ;
- : les acheteurs et les vendeurs sont libres d'entrer ou de sortir du marché ;
- : les acheteurs et les vendeurs disposent d'une information parfaite, gratuite et identique sur les biens/services échangés ;
- : le travail et le capital peuvent se déplacer librement et sans coûts.

Lorsque ces cinq hypothèses sont respectées, les offreurs et les demandeurs sont « preneurs de prix » (ou « ») : ils ne peuvent pas influencer le prix du marché, qui s'impose à eux.

Dans la réalité, on observe rarement le respect de ces 5 hypothèses et on voit donc apparaître différentes ; il s'agit des différentes manières dont se composent l'offre et la demande sur un marché.

On distingue ainsi généralement 4 grandes structures de marché :

- : situation de marché où un grand nombre d'offreurs sont confrontés à un grand nombre de demandeurs ; aucun acteur ne peut influencer le prix d'équilibre.
- : situation de marché où un grand nombre d'offreurs sont confrontés à un grand nombre de demandeurs mais chacun propose un produit différent (les biens ne sont pas homogènes) si bien que chacun est comme dans une position de monopole.
- : situation de marché où un unique offreur est confronté à un grand nombre de demandeurs. Le vendeur unique ne subit pas la concurrence d'autres offreurs et est libre de fixer son prix.
- : situation de marché où un petit nombre d'offreurs sont confrontés à un grand nombre de demandeurs. Chaque offreur dispose d'un..... (capacité d'une entreprise à imposer un prix de vente élevé en raison de son poids sur le marché) et tente donc d'influencer ses concurrents.

Définitions

Concurrence parfaite : modèle représentant de manière simplifiée le fonctionnement des marchés, réalisé par les économistes néoclassiques. Il indique comment se détermineraient les prix si 5 hypothèses établissant une concurrence parfaite étaient respectées, permettant aux agents d'être preneurs de prix : atomisticité, libre-entrée sortie, transparence, homogénéité des produits et parfaite mobilité des facteurs de production.

Monopole : structure de marché où un unique offreur est confronté à un grand nombre de demandeurs. Le producteur unique est alors totalement libre de fixer son prix ; il est faiseur de prix (ou price maker)

Oligopole : structure de marché où quelques offreurs sont confrontés à un grand nombre de demandeurs. Les producteurs peu nombreux sont alors enclins à former des ententes pour accroître leur pouvoir de marché.

Pouvoir de marché : capacité d'un offreur à imposer un prix élevé en raison de son poids sur le marché.

II – Le fonctionnement du marché concurrentiel

A. Des déterminants de l'offre et de la demande à l'équilibre, en concurrence parfaite

1. Les déterminants de l'offre et de la demande

Document 5. De quoi dépend la demande des consommateurs ?

Les consommateurs sont disposés à acheter davantage d'un bien lorsque son prix diminue. Par exemple, un prix plus bas peut encourager des consommateurs qui ont déjà acheté le bien à en consommer une plus grande quantité. La baisse de prix peut aussi permettre à d'autres consommateurs, qui n'avaient précédemment pas les moyens d'acheter le bien, de l'acquérir.

Bien sûr, la quantité d'un bien que les consommateurs sont disposés à acheter peut dépendre d'autres choses que de son prix, en particulier du revenu. Avec des revenus plus élevés, les consommateurs peuvent dépenser plus d'argent pour chacun des biens, et c'est ce que feront certains consommateurs pour la plupart des biens. [...]

Les changements de prix des biens proches ont aussi une influence sur la demande. Des biens sont substituables lorsque l'augmentation du prix de l'un entraîne l'augmentation de la quantité demandée de l'autre. Par exemple, le cuivre et l'aluminium sont des biens substituables. Puisque l'un peut souvent être substitué à l'autre dans le cadre d'une production industrielle, la demande de cuivre augmentera si le prix de l'aluminium augmente. [...]

Des biens sont complémentaires quand l'augmentation du prix de l'un entraîne la diminution de la quantité demandée de l'autre. Par exemple, les automobiles et l'essence sont des biens complémentaires. Puisqu'elles ont tendance à être utilisées ensemble, une diminution du prix de l'essence augmente la quantité d'automobiles demandées.

Robert PINDYCK et Daniel RUBINFELD, *Microéconomie*, Pearson Education, 8^e édition, 2012.

Q1. Quels sont les trois déterminants de la demande des consommateurs ? Comment influencent-ils la demande ?

Q2. Pour chaque couple de biens suivants, dites s'il s'agit de biens substituables ou complémentaires : le café et le sucre ; le bœuf et le poulet ; les skis et les snowboards ; l'encre et le papier ; les CD et les places de concert ; les ordinateurs et les logiciels.

Document 6. Les déterminants de l'offre des producteurs

La courbe d'offre représente la quantité de biens qu'un producteur est disposé à vendre pour un certain prix [...]. C'est le prix que les vendeurs reçoivent pour chaque unité vendue lorsqu'ils offrent une quantité donnée. Plus le prix est élevé, plus les entreprises vont produire et vendre. Par exemple, un prix plus élevé peut inciter les entreprises présentes à augmenter leur production en embauchant des travailleurs supplémentaires ou en faisant travailler leurs travailleurs en heures supplémentaires [...]. De plus, elles peuvent augmenter leur production sur une période plus longue en agrandissant la taille de leur usine. Un prix plus élevé peut aussi attirer de nouvelles entreprises sur le

marché. Ces dernières supportent des coûts plus importants du fait de leur inexpérience sur le marché et auraient trouvé l'entrée trop coûteuse si le prix avait été plus bas.

La quantité offerte peut dépendre d'autres variables que les prix. Par exemple, la quantité que les producteurs sont disposés à vendre ne dépend pas seulement des prix qu'ils obtiennent, mais aussi de leurs coûts de production, des salaires, des charges d'intérêt et du coût des matières premières. [...] Un coût plus bas des matières premières – en réalité, la baisse de n'importe quel coût – rend la production plus rentable, ce qui encourage les entreprises présentes à accroître leur

production et rend possible l'entrée de nouvelles entreprises sur le marché.

Robert PINDYCK et Daniel RUBINFELD, *Microéconomie*, Pearson Education, 8^e édition, 2012.

Q1. Le comportement des entreprises mis en avant par la phrase soulignée vous paraît-il rationnel ?

Q2. Quels sont les différents facteurs qui influencent l'offre du producteur ? Comment l'influencent-ils (positivement ou négativement) ?

Q3. Quel est l'impact d'une augmentation du prix de l'électricité sur l'offre d'ordinateurs ?

2. Comment les producteurs fixent-ils leur niveau de production, leur offre ?

Exercice 1. Distinguer différents types de coûts

Prenons le cas d'une entreprise qui s'installe devant le lycée et qui produit des sandwiches kebabs.

Au mois d'août, elle parvient à vendre 20 kebabs par jour, tandis qu'au mois de septembre, elle en vend 200 par jour.

L'entreprise, pour produire, a besoin de	Facteurs de production ?	Coûts varient avec les quantités produites ?	Nature du coût – Coûts fixes ou variables ?
Ingrédients (salade, viande, tomates, sauces...)			
Brochette tournante			
Salariés			
Local			
Electricité, gaz, eau...			
Friteuse			
Boissons			

Q1. Complétez le tableau ci-dessus.

Exercice 2. Coût total, coût moyen et coût marginal

Deux anciens élèves du lycée gèrent une entreprise qui produit des t-shirts stylés. Voici leurs coûts de production.

Quantité de T-shirts produits (Q)	Coût Total $CT = CF + CV$	Coût Fixe (CF)	Coût Variable (CV)	Coût Moyen $CM = CT/Q$	Coût marginal $Cm2 = CT2 - CT1$
0	14		0	xxx	xxx
1	30		16	30	16
2	36				
3	44				
4	56				
5	72				
6	92				
7	116		102	16.6	24

Q1. Complétez le tableau ci-dessus à l'aide des formules et des définitions ci-dessous.

Définitions

Coûts fixes (notés CF) : ensemble des dépenses engagées par l'entreprise qui ne varient pas avec les quantités produites. Elles correspondent généralement aux coûts des facteurs de production

Coûts variables (notés CV) : ensemble des dépenses engagées par l'entreprise qui varient avec les quantités produites. Elles correspondent généralement aux coûts des consommations intermédiaires.

Coût Total (noté CT) : ensemble des dépenses engagées par l'entreprise pour produire. Il se calcule en faisant la somme des coûts fixes et des coûts variables $CT = CF + CV$

Coût Moyen (noté CM) – appelé également coût unitaire – Coût que doit supporter une entreprise pour produire une unité de bien ou de service. Il se calcule en divisant le coût total (CT) par les quantités produites (Q) $CM = (CT / Q)$

Coût marginal (noté Cm) : coût que doit supporter une entreprise pour produire une unité supplémentaire de bien ou de service. Il se calcule en soustrayant au Coût total d'une quantité $q+1$, le coût total obtenu à la quantité précédente. Par ex : Le coût marginal de la quantité 2, nous indique combien cela a coûté en plus à l'entreprise de produire deux biens, au lieu de n'en produire qu'un seul. $Cm2 = CT2 - CT1$

Exercice 3. Les producteurs cherchent à maximiser leur profit

Pour déterminer la quantité qu'ils vont produire, les deux anciens élèves doivent comparer leurs coûts avec leurs recettes.

Formules

Recette Totale (noté RT) : correspond au montant des ventes réalisées. C'est un synonyme du chiffre d'affaires

$$RT = CA = P \cdot Q$$

Recette marginale (notée Rm) : recette obtenue suite à la vente d'une unité supplémentaire. Elle est égale au prix de vente

$$Rm = P$$

Profit (noté Π) : se calcule en soustrayant à la recette totale le coût total

$$\Pi = RT - CT$$

Gains unitaires (Gu) : désigne ce que rapporte à l'entreprise le fait de produire une unité supplémentaire

$$Gu = Rm - Cm$$

Supposons qu'ils décident de vendre chaque t-shirt au prix de 18 euros ($P = 18$).

Quantité de T-shirts produits (Q)	Recette Totale $RT = P \cdot Q$	Recette marginale $Rm = P$	CT	Cm	Profit $\Pi = RT - CT$	Gain unitaire $GU = Rm - Cm$
0	0		14	xxx		
1	18		30	16		
2			36			
3			44			
4			56			
5			72			
6			92			
7			116	24		

Q1. Reportez les résultats obtenus précédemment, puis complétez le tableau.

Q2. Dans un repère orthonormé, ou en abscisse figurent les quantités produites et en ordonnée les coûts et les recettes, tracez les courbes de coût total, coût marginal, recette totale et celle de recette marginale.

Q3. Quelle quantité doivent-ils produire ?

3. L'équilibre en concurrence parfaite

Document 7. La fixation d'un prix d'équilibre : la loi de l'offre et de la demande

« [...] De quelle manière les prix et les quantités de produits achetés et vendus sont déterminés sur les marchés concurrentiels ? Considérons l'exemple du marché des pommes de terre [...] :

L'offre et la demande mensuelle de pommes de terre		
Prix des pommes en terre (en centimes par kg)	Demande du marché (en milliers de tonnes)	Offre du marché (en milliers de tonnes)
20	700 (A)	100 (a)
40	500 (B)	200 (b)
60	350 (C)	350 (c)
80	200 (D)	530 (d)
100	100 (E)	700 (e)

Si le prix de marché est de 20 cents le kilogramme, la quantité demandée excède la quantité offerte de 600 000 tonnes (A – a). Une grande partie de la demande n'est pas satisfaite. Les consommateurs sont prêts à payer plus cher pour être servis. Si le prix passe à 40 cents le kilo, le même scénario se reproduit. Il y a toujours une pénurie (la quantité demandée excède la quantité offerte de 300 000 tonnes), et les prix montent encore. On constate donc que l'effet d'une pénurie se traduit par une augmentation des prix. Cependant, cela tend à résorber la dite pénurie puisque la quantité offerte s'accroît et la quantité demandée diminue quand les prix augmentent.

Que se passe-t-il si le prix est à un niveau beaucoup plus élevé, 100 cents le kilogramme ? Dans ce cas, c'est la quantité offerte qui

excède la quantité demandée de 600 000 tonnes (e – E). Cet excédent conduit les prix à la baisse, les producteurs diminuant leur prix afin d'écouler leurs excédents.

Le seul prix stable est celui pour lequel il n'y a ni excès d'offre, ni excès de demande. C'est le prix pour lequel l'offre est égale à la quantité demandée. Dans l'exemple, cet équilibre entre offre et demande est atteint au prix de 60 cents. [...] Le prix pour lequel la quantité offerte est égale à la quantité demandée est appelé prix d'équilibre du marché. »

■ John Sloman, *Principes d'économie*, Pearson, 2015.

Q1. En regardant les données chiffrées du tableau, trouvez-vous que le comportement des demandeurs et des offreurs est rationnel ?

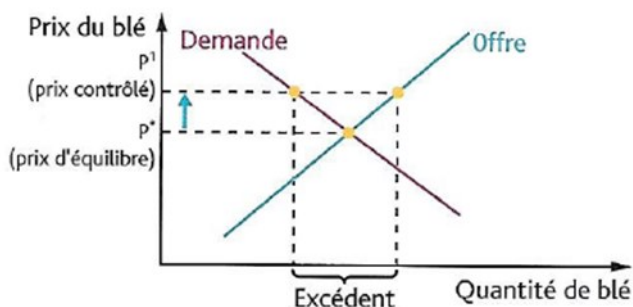
Q2. Représentez sur un même graphique l'offre et la demande, avec en abscisses les quantités offertes et demandées et en ordonnées les prix.

Q3. Expliquez comment se résorbe la pénurie décrite dans le texte.

Q4. Pourquoi le prix de 60 centimes est-il le « prix d'équilibre » sur le marché de la pomme de terre ?

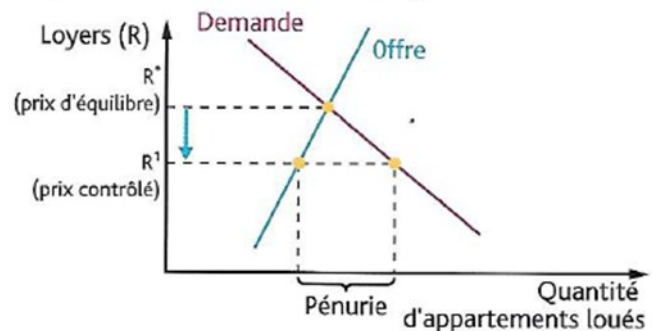
Document 8. Les conséquences du contrôle des prix

Un prix plancher : le contrôle du prix du blé



« Si l'État impose un prix plancher sur le blé par exemple, à un prix supérieur à l'équilibre de marché, il en résultera un excédent d'offre. L'État devra soit acheter l'excédent, en le stockant ou en s'en débarrassant d'une manière ou d'une autre, soit limiter la production.

Un prix plafond : le contrôle des loyers



Les lois sur le contrôle des loyers imposent des limites aux loyers que les propriétaires d'appartements peuvent demander à leurs locataires. Si ces loyers sont limités à R¹, en-dessous du niveau d'équilibre du marché R*, la demande sera excédentaire. »

Joseph Stiglitz, *Principes d'économie moderne*, De Boeck, 2014

Synthèse

II.A- Des déterminants de l'offre et de la demande, à l'équilibre en concurrence parfaite

Sur le marché concurrentiel, la confrontation de la demande et de l'offre permet de déterminer un prix et une quantité d'équilibre.

..... désigne la quantité de biens ou de services qu'un consommateur (ou que l'ensemble des consommateurs) désire acheter sur un marché.

Elle dépend :

- ⇒ (négativement) : plus un bien/service est cher ; moins le consommateur souhaite en acquérir en grande quantité ;
- ⇒ (positivement) : plus l'individu, ou l'ensemble des individus, dispose de revenus élevés plus il désire consommer une grande quantité de biens/services ;
- ⇒ : l'individu désirera consommer davantage des biens/services qu'il affectionne
- ⇒ :
- si les biens sont substituables (ex.....)
- et si les biens sont complémentaires (ex :.....).

..... désigne la quantité de biens ou de services qu'une entreprise ou que l'ensemble des entreprises désire vendre sur un marché.

Elle dépend :

- ⇒ (positivement) : plus un bien/service est cher, plus l'entreprise, ou l'ensemble des entreprises, désire en vendre – afin d'augmenter son chiffre d'affaires ;
- ⇒ (négativement) auxquels l'entreprise fait face : plus l'entreprise fait face à des coûts importants, moins elle désire vendre – pour un prix donné.

Les producteurs étant, ils cherchent à produire la quantité telle que atteint un maximum. Pour ce faire, les entreprises vont produire la quantité telle que coût marginal est égal à, ou autrement dit au prix. Ainsi la courbe d'offre globale décrit généralement tous les coûts marginaux des entreprises.

On peut représenter les courbes d'offre et de demande dans un repère orthonormé où figurent en les quantités offertes et demandées et en les prix.

La confrontation des deux courbes nous permet d'obtenir :

- (en ordonnées) : prix pour lequel l'offre et la demande sont égales. C'est à ce prix que se réalise l'échange sur le marché concurrentiel.
- (en abscisses) : quantité pour laquelle l'offre et la demande sont égales. C'est cette quantité qui est échangée sur le marché concurrentiel.

Si l'Etat intervient et fixe un prix supérieur au prix d'équilibre, alors sera supérieure à Les prix Jusqu'au retour à l'équilibre.

Inversement, si l'Etat fixe un prix inférieur au prix d'équilibre, alors sera supérieure à ; on dit qu'il y a une pénurie de l'offre ou un rationnement de la demande. Les prix jusqu'au retour à l'équilibre. L'Etat ne doit donc pas intervenir au risque de générer des

Définitions

Offre : quantité de biens ou de services que les producteurs souhaitent vendre sur un marché pour un prix donné.

Demande : quantité de biens ou de services que les demandeurs souhaitent acheter sur un marché pour un prix donné.

Profits : revenus de l'entreprise qui se calculent en soustrayant à la valeur ajoutée les coûts relatifs au facteur travail (salaires et cotisations sociales patronales) et les impôts. Ils permettent de rémunérer les propriétaires de l'entreprises, d'investir et d'épargner.

Facteurs de production : ensemble des ressources durables qui sont combinés durant l'activité économique pour produire des biens et des services. A la différence des consommations intermédiaires, ils sont ni détruits, ni transformés au cours du processus de production. On en distingue deux : le facteur travail et le facteur capital

Prix d'équilibre (noté p^*) : prix pour lequel l'offre et la demande sont égales. C'est à ce prix que se réalise l'échange sur le marché concurrentiel.

Quantité d'équilibre (notée q^*) : quantité pour laquelle l'offre et la demande sont égales. C'est cette quantité qui est échangée sur le marché concurrentiel.

B. Auto-régulation marchande et allocation des ressources optimale à l'équilibre

1. En concurrence parfaite, le marché s'auto-régule suite à un choc...

Document 9. Que se passe-t-il suite à une modification de la demande ?

Supposons qu'il fasse vraiment très chaud durant un été. Comment cet événement affecte-t-il le marché des glaces ? Pour répondre à cette question, suivons nos trois étapes.

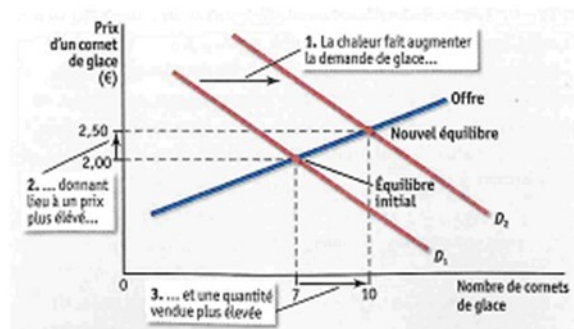
1. La chaleur affecte la courbe de demande en modifiant les préférences des individus pour la crème glacée. En fait, la météo change la quantité de glaces qu'ils souhaitent acheter à un prix donné. La courbe d'offre ne change pas car la météo n'influence pas directement les firmes qui vendent des glaces.

2. Comme la chaleur conduit les individus à vouloir manger plus de glaces, la courbe de demande glisse vers la droite.

La figure [ci-dessous] rend compte de cette augmentation de la demande, la courbe se déplaçant de D_1 à D_2 . Ce déplacement indique que la quantité demandée de crème glacée est plus élevée pour tout prix.

3. Comme le montre la figure [ci-dessous], l'augmentation de la demande fait passer le prix d'équilibre de 2 euros à 2,50 euros et la quantité d'équilibre de sept à dix cornets. En d'autres termes, la chaleur fait monter le prix des glaces et la quantité de glaces vendues

Gregory N. MANKIW et Mark P. TAYLOR, *Principes de l'économie*, De Boeck Supérieur, 3^e édition, 2013.



Q1. Pourquoi la courbe de demande est-elle modifiée ?

Q2. Quels sont les incidences du déplacement de la courbe de demande ?

Q3. Comment se déplacerait la demande de glace pour les événements suivants : un été pluvieux et froid, une hausse des prix des barres glacées, une augmentation des salaires pendant les vacances d'été ?

Q4. Imaginons que suite à un ouragan générant une destruction des récoltes de cannes à sucre, le prix du sucre augmente. Cela va-t-il impacter l'offre ou la demande de glace ? Pourquoi et comment ? Aidez-vous d'une représentation schématique et graphique (en partant d'un équilibre initial tel que $p^*=2$ et $q^*=7$)

2. ... et l'allocation des ressources est optimale

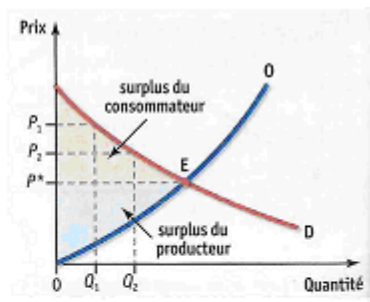
Document 10. Les gains à l'échange, assurés par le marché concurrentiel

Au point d'équilibre concurrentiel, il existe un prix de marché unique pour toutes les unités échangées (P^* sur la figure [ci-contre]). Or, comme l'indique la courbe de demande, les acheteurs seraient disposés à payer un prix nettement plus élevé, par exemple P_1 pour obtenir une quantité Q_1 , ou encore P_2 pour obtenir une quantité Q_2 , etc. Seule la dernière unité achetée au point E est payée au prix que les acheteurs étaient disposés à payer; toutes les autres sont payées à un prix inférieur. Cette différence de prix mesure les gains de l'échange pour le consommateur, ou encore le « surplus du consommateur » : pour chaque unité achetée, le consommateur gagne la différence entre le prix qu'il était prêt à payer et

le prix de marché; ce surplus peut donc être mesuré par la surface gris clair sur la figure [ci-contre].

De la même façon, les producteurs vendent toutes les unités au prix unique qui équilibre le marché. Or, comme l'indique la courbe d'offre, ils seraient disposés à accepter un prix inférieur pour toutes les unités situées à gauche du point d'équilibre. En conséquence, pour chacune de ces unités, les producteurs gagnent la différence entre le prix de marché et le prix auquel ils étaient disposés à vendre; ce surplus du producteur est donc mesuré par la surface gris foncé sur la figure [ci-dessus].

Jacques GÉNÉREUX, *Économie politique*, 2. Microéconomie, Hachette, 6^e édition, 2012.



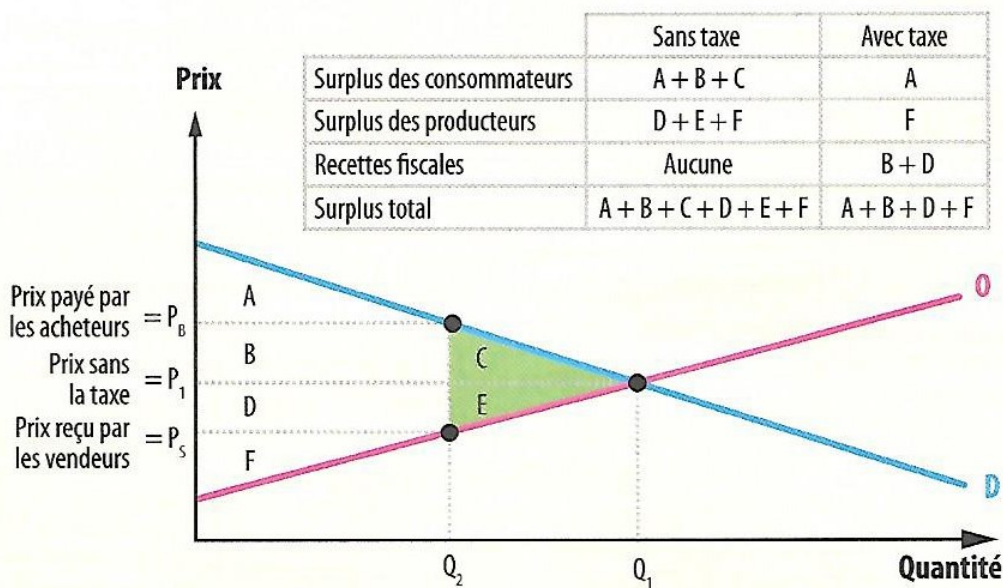
Q1. Tous les consommateurs sont-ils satisfaits au point d'équilibre ?

Q2. Pourquoi le consommateur prêt à payer le prix P_1 est-il gagnant ?

Q3. En quoi consiste le « surplus du consommateur » ? et le « surplus du producteur » ?

3. Le contrôle des prix, via l'instauration d'une taxe, mène à une allocation sous-optimale

Document 11. Les effets d'une taxe sur le surplus global



Une taxe sur un bien réduit le surplus du consommateur (d'une surface égale à $B + C$), ainsi que le surplus du producteur (de la surface $D + E$). Comme la diminution du surplus du producteur et du surplus du consommateur est plus importante que les recettes fiscales (la surface $B + D$), on dit que la taxe engendre une perte sèche (la surface $C + E$).

Source : Gregory Mankiw et Mark P. Taylor, *Principes de l'économie*, De Boeck Supérieur, 5^e éd., 2019.

II.B- Auto-régulation marchande et allocation des ressources optimale à l'équilibre

L'offre des producteurs et la demande des consommateurs peuvent subir, des événements, souvent imprévisibles, qui amènent les agents à redéfinir les quantités offertes et demandées et impactent donc le prix et la quantité d'équilibre.

Si suite à un choc, la demande

- ⇒ : la courbe de demande se déplace vers la gauche, cela entraîne une baisse des prix et une baisse des quantités échangées, toute chose étant égale par ailleurs ;
- ⇒ : la courbe de demande se déplace vers la droite ; cela entraîne une hausse des prix et une hausse des quantités échangées, toute chose étant égale par ailleurs.

Si suite à un choc l'offre

- ⇒ : la courbe d'offre se déplace vers la droite ; cela entraîne une baisse des prix et une hausse des quantités échangées ; toute chose étant égale par ailleurs
- ⇒ : la courbe d'offre se déplace vers la gauche ; cela entraîne une hausse des prix et une baisse des quantités échangées.

Si le prix est supérieur à celui de l'équilibre initial, alors les « forces du marché » assurent le rééquilibrage : la demande et l'offre, jusqu'au retour au prix d'équilibre initial. Inversement, si le prix est inférieur à l'équilibre initial, la demande et l'offre, jusqu'au retour de l'équilibre.

On parle alors d'..... qui désigne l'ensemble des mécanismes permettant un retour à l'équilibre entre l'offre et la demande. La régulation sur le marché concurrentiel se fait spontanément, du fait des hypothèses du modèle de concurrence parfaite, et grâce aux mouvements des

Lorsque le marché concurrentiel fonctionne librement ;

..... est optimale ; les ressources sont parfaitement distribuées entre producteurs et consommateurs. En effet, ces derniers réalisent des, ou un surplus, important.

Lorsque, pour une raison quelconque, le prix est fixé à un niveau autre que le prix d'équilibre, par les pouvoirs publics ; cela engendre une ou un

En effet, si le prix est au prix d'équilibre, alors les quantités demandées sont inférieures aux quantités offertes ; il y a un excès d'offre sur le marché.

A contrario, si le prix est au prix d'équilibre, alors les quantités demandées sont supérieures aux quantités offertes ; il y a un excès de demande sur le marché.

Dans ces situations apparaît une ; le surplus total est amoindri par rapport à une situation concurrentielle : l'allocation des ressources est

Gains à l'échange (ou surplus total) : ensemble des gains réalisés par les producteurs et les consommateurs suite à l'échange marchand. Ils sont égaux à la somme des surplus du producteur et du consommateur.

Surplus du producteur : ensemble des gains réalisés par les producteurs suite à l'échange marchand. Il est mesuré par la somme des écarts entre le prix d'équilibre, véritablement perçu, et le prix auquel les producteurs étaient prêts à vendre leur bien ou service.

Surplus du consommateur : ensemble des gains réalisés par les consommateurs suite à l'échange marchand. Il est mesuré par la somme des écarts entre le prix que les consommateurs étaient prêts à payer et le prix d'équilibre, véritablement payé.

Allocation des ressources : manière dont sont répartis les gains à l'échange entre les producteurs et les consommateurs.