

I COMMENT LES MARCHES CONCURRENTIELS FONCTIONNENT-ILS ?

Allocation optimale des ressources : Situation où les ressources disponibles dans une économie (principalement le travail, le capital et la terre) sont utilisées « au mieux » (par exemple lorsqu'il n'y a pas de travailleur inemployé).

Brevet : titre de propriété sur une invention, délivré par l'administration et enregistré par l'Institut national de la propriété intellectuelle assurant à l'inventeur une protection contre toute imitation de cette invention et lui réservant l'exclusivité de l'exploitation industrielle.

Concurrence pure et parfaite (CPP): modèle idéal de fonctionnement du marché. Le marché en CPP respecte cinq critères : l'homogénéité des produits, l'atomicité, libres-entrée et sortie des produits, l'information parfaite, la mobilité parfaite des facteurs de production.

Droit de propriété : capacité donnée à son détenteur d'utiliser librement un bien ou un service d'en tirer un revenu et de le vendre.

Échange : mode de circulation de biens ou de services nécessitant une évaluation, une entente sur un prix et un transfert du bien ou du service.

Économie de marché: Système économique dans lequel les mécanismes de marché jouent un rôle essentiel dans l'organisation de la production et des échanges.

Instances de régulation: Organismes mis en place par l'État ou délégué par lui afin de contrôler le bon fonctionnement et le respect de certaines règles de certains marchés.

Institutionnalisation du marché: Processus historique par lequel, grâce à des institutions (règles juridiques, normes, valeurs, organismes, etc.) à caractère économique, social, politique et culturel, un marché a pu apparaître et perdurer dans le temps.

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

Marché : Ensemble de transactions réalisées entre des vendeurs (offre) et des acheteurs (demande) qui aboutissent à la formation d'un prix. Il existe des marchés très divers : marchés de biens, de services, du travail, financier, du pétrole, des capitaux, etc.

Offre et demande : L'offre est la quantité d'un bien ou d'un service qu'un individu ou une entreprise souhaite vendre à un prix donné, La demande est la quantité d'un bien ou d'un service qu'un individu ou une entreprise souhaite acheter à un prix donné.

Propriété intellectuelle : droit de vendre ou de louer librement, un savoir, une innovation ou une œuvre.

Preneur de prix (price takers) : situation d'une entreprise en concurrence qui ne peut pas influencer le prix selon la quantité qu'elle produit. Les agents économiques s'y adaptent en jouant sur les quantités.

Prix et quantité d'équilibre : Prix et quantité correspondant au point d'équilibre pour lequel l'offre et la demande sont égales.

Rationnement : Situation de marché où la demande est supérieure à l'offre, qui se produit quand le prix est fixé en dessous du prix d'équilibre.

Structures de marché : Différenciation des marchés en fonction du nombre d'intervenants, du côté de l'offre et du côté de la demande.

Surplus : gains issus de l'échange entre offreurs et demandeurs. Le surplus des consommateurs est l'écart entre le prix que certains étaient prêts à payer et le prix d'équilibre. Le surplus des producteurs est l'écart entre le prix du marché et les prix auxquels certains étaient prêts à vendre.

Notions complémentaires

Autorégulation marchande: ensemble des mécanismes permettant un retour à l'équilibre entre offre et demande.

Choc d'offre ou de demande: événement inattendu qui affecte le comportement des offreurs ou des demandeurs. Il s'ensuit un déplacement des prix et quantité d'équilibre.

Concurrence: situation de rivalité entre offreurs ou demandeurs d'un même produit.

Elasticité-prix : réaction des consommateurs aux variations de prix. $E_p = \text{variation de la demande} / \text{variation du prix}$

Élasticité-revenu : sensibilité de la demande d'un produit à la variation du revenu du ménage qui le consomme. $E_r = (\text{variation de la consommation} \% / \text{variation du revenu} \%)$.

Prix-plancher : prix minimum sous lequel il n'est pas possible de descendre. (SMIC par exemple)

Prix-plafond : prix maximum au-dessus duquel il n'est pas possible de monter (prix des médicaments, ou virtuellement plafonnement des loyers).

Théorie économique néo-classique : Ce courant de pensée libéral, né à la fin du XIXe siècle est fondé sur la formalisation mathématique et croit aux vertus du marché et de la concurrence plus ou moins pure et parfaite

Main invisible : métaphore d'A Smith (richesse des nations 1776) pour évoquer le mécanisme autorégulateur du marché de concurrence. En poursuivant son propre intérêt sans se soucier de l'intérêt général, l'individu contribue à la réalisation de cet intérêt général. Cette métaphore est ainsi une justification du libéralisme économique. Cette doctrine suppose que tous les individus sont égaux.

III. LA COORDINATION PAR LE MARCHÉ : LIMITES ET DEFAILLANCES

Asymétries d'information : situation où l'un des deux acteurs du marché dispose d'une meilleure information et qui risque de compromettre le fonctionnement efficace du marché et de conduire à des problèmes d'anti-sélection et de risque moral.

Biens collectifs: biens ou services qui peuvent être consommés simultanément par plusieurs personnes (non-rivalité) et pour lesquels il est impossible d'exclure celles qui refusent de payer (non excluabilité).

Différenciation des produits : Situation dans laquelle les produits proposés sur un marché n'ont pas les mêmes caractéristiques (qualité, service après-vente, design, etc.).

Externalités: conséquence de l'activité de consommation ou de production d'un agent qui procure à autrui, un avantage ou un désavantage sans contrepartie monétaire, ni pour l'un ni pour l'autre. On distingue les externalités négatives (la pollution, par exemple) et les externalités positives (comme l'innovation technique).

Monopole: situation de marché où un unique offreur est confronté à une demande abondante. Le vendeur unique ne subit pas la concurrence d'autres producteurs, il est libre de fixer ses prix.

Oligopole: situation de marché comportant un petit nombre de firmes d'importance comparable. Chacune dispose donc d'un pouvoir sur le marché, mais peut influencer ses concurrents ou subir leur influence.

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

Notions complémentaires

Abus de position dominante : infraction prévue par le droit de la concurrence pour sanctionner une entreprise, qui profite de sa position pour s'émanciper des conditions que devrait lui imposer le marché.

Cartel: oligopole où quelques vendeurs s'entendent pour fixer les prix.

Concentration: processus d'augmentation de la taille moyenne des entreprises et de diminution de leur nombre sur un marché donné, pouvant engendrer la création d'un oligopole ou d'un monopole.

Concurrence monopolistique : situations de marché dans lesquels les produits ne sont pas homogènes.

Différenciation de produit: modification des caractéristiques d'un produit (design, technologie ...) par une entreprise pour le distinguer de celui des concurrents.

Entente: accord entre entreprises qui a pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché. Seuls les accords qui ont plus d'effets positifs que négatifs sont autorisés.

Guerre des prix: stratégie dans laquelle les entreprises pratiquent des réductions mutuelles de prix pour affaiblir ou éliminer un concurrent.

Risque (ou aléa) moral: situation où un agent, non ou mal informé, ne peut pas contrôler l'action d'un partenaire qui peut en profiter (par exemple, dans un contrat d'assurance, le client, une fois assuré, peut être incité à prendre plus de risque).

Sélection adverse: dans une situation d'informations asymétriques et insuffisantes, les agents économiques sont conduits à prendre des décisions contraires à ce qu'ils recherchaient initialement.

Structures de marché: manière dont se composent l'offre et la demande sur un marché.