

## CHAPITRE 3 L'ECONOMIE DE MARCHÉ

### I. La coordination par le marché.

#### A. Comment les marchés concurrentiels fonctionnent-ils ?

##### 1. Qu'est-ce qu'un marché ?

□ Les marchés sont des lieux de concurrence où se déroulent des échanges entre des vendeurs (offre) et des acheteurs (demande) qui aboutissent à la formation d'un prix

□ Les prix sont soumis à la loi de l'offre (O) et de la demande (P) qui régit les relations entre les vendeurs d'un produit et ses acheteurs ( $O > D \Rightarrow P \downarrow / O < D \Rightarrow P \uparrow$ )

##### 2. Le marché n'est pas naturel. C'est le résultat d'un processus d'institutionnalisation

□ Il ne peut apparaître et perdurer sans règles et sans conventions

□ De nombreux organismes contrôlent et sanctionnent les manquements

□ Il doit reposer sur les droits de propriété et en particulier sur les brevets

#### B. L'analyse micro économique traditionnelle du marché

##### 1. Le représente par des courbes d'offre et de demande reliant quantités et prix se croisant au point d'équilibre.

□ La fonction d'offre est considérée comme croissante par rapport au prix alors que celle de la demande est décroissante

□ Le point d'équilibre se trouve à l'intersection des deux courbes. Il est fixé aux enchères par un commissaire-priseur " fictif

□ Les courbes qui représentent O et D sont affectées par les élasticités

##### 2. L'analyse repose sur les 5 hypothèses de la concurrence pure et parfaite

□ Elles sont irréalistes mais permettant d'analyser le système économique marchand.

□ Les conditions de la CPP ne sont que rarement constatées

#### C. Le marché concurrentiel est un système efficace d'allocation des ressources

##### 1. La main invisible du marché conduit vers l'intérêt général ce qui justifie le libéralisme économique

□ Dans une économie de marché, tous les agents économiques sont rationnels et guidés par leurs intérêts ce qui conduit à l'intérêt général.

□ L'Etat n'a donc nul besoin d'intervenir dans la vie économique

##### 2. Toute perturbation de l'offre ou de la demande mène à un nouvel équilibre : le marché s'autorégule par le signal des prix.

□ L'offre et la demande sont affectées l'une par l'autre. Ce qui se traduit par des déplacements de courbes

□ Les chocs d'offre vont également se traduire par un déplacement des courbes d'offre

□ Les chocs de demande se traduisent par le déplacement des courbes de demande

##### 3. Elle évite les rationnements et permet théoriquement une allocation des ressources optimale

□ A l'équilibre les offreurs et demandeurs réalisent un surplus autrement réalisent un gain

□ La concurrence permet une allocation optimale des ressources

#### D. Prêts pour le contrôle

##### 1. Réviser les définitions des notions essentielles (fiche vocabulaire ou pp 59 et 79)

##### 2. Exercices en plus pp 60 et 80

##### 3. Vers le bac pp 61 et 81

### II. Elle présente cependant des limites et des défaillances

#### A. L'information n'est pas toujours parfaite

##### 1. Les asymétries d'information sont sources d'incertitude et nuisent à la rationalité des décisions.

□ Dans certaines situations l'un des deux acteurs du marché dispose d'une meilleure information

□ Les mécanismes du marché vont conduire à pratiquer une sélection adverse (concept de G Akerlof)

□ L'aléa moral conduit également les agents à prendre plus de risques quand ils sont assurés

##### 2. Ces problèmes peuvent toutefois être parfois surmontés

□ J Stiglitz propose aux assureurs par exemple des produits différenciés assorties de questions indiscretes

□ Le signal peut être une réponse au manque d'informations

#### B. L'intervention de l'Etat est parfois nécessaire

##### 1. Les mécanismes du marché ne s'appliquent pas aux biens collectifs : ils n'ont pas de prix de marché

□ Ces derniers sont non rivaux (technologiquement) .faute de coût marginal on ne peut pas construire de courbes d'offre.

□ La non-exclusion empêche le calcul de utilités marginales et la construction d'une courbe de demande

□ Ils peuvent privés ou public, purs ou impurs et être financés ou non par l'Etat

##### 2. Les externalités doivent également être encadrées

□ Certaines productions se traduisent par un désavantage ou un avantage à autrui sans contrepartie monétaire

□ Les pouvoirs publics doivent donc intervenir

## I. La coordination par le marché.

### A. Comment les marchés concurrentiels fonctionnent-ils ?

#### 1. Qu'est-ce qu'un marché ?

- Les marchés sont des lieux de concurrence où se déroulent des échanges entre des vendeurs (offre) et des acheteurs (demande) qui aboutissent à la formation d'un prix
- \* Un échange est un mode de circulation de biens et services impliquant une évaluation de sa valeur une entente sur un prix et un transfert du bien ou du service
- \* Les prix agissent comme des signaux pour les producteurs et les consommateurs. Une hausse de prix incite les producteurs à produire plus et les consommateurs à demander moins.
- \* Ils créent des interdépendance entre les différents marchés ↓de l'offre de café → ↑du prix du café → ↑de la demande de thé → ↑ de la demande de théières → ↑ de la demande de travail dans le secteur de la production de théières etc.
- \* Pour la tradition libérale, la concurrence est un aspect de la liberté individuelle qui la possibilité matérielle aux agents économiques de pouvoir faire des choix. Elle correspond à une situation de libre confrontation entre l'offre et la demande, sur un marché:
- Les prix sont soumis à la loi de l'offre (O) et de la demande (P) qui régit les relations entre les vendeurs d'un produit et ses acheteurs ( $O > D \Rightarrow P \downarrow / O < D \Rightarrow P \uparrow$ )
- \* Par exemple ; sur le marché immobilier parisien ( $O < D \Rightarrow P \uparrow$ ). La demande est influencée par les taux d'intérêt (prix du crédit). (Taux d'i bas  $\Rightarrow \uparrow D \Rightarrow \uparrow P$ ) et par « l'image de marque » des quartiers (attractivité des 7<sup>e</sup>, 6<sup>e</sup>, 4<sup>e</sup> supérieure à celle de l'est parisien  $\Rightarrow$  prix plus élevés.
- \* Sur le « mercato » du foot le prix du transfert d'un joueur de foot est lié à ses performances antérieures qui fait augmenter la demande
- \* Sur le marché du capital le prix des actions augmentent quand beaucoup de gens veulent les acheter et peu de gens peuvent les vendre
- \* Sur le marché du travail, l'offre provient des actifs (ils vendent le produit travail) et la demande des entreprises qui achètent ce produit.

P 48q10,  
11, 13,15  
,19

#### 2. Le marché n'est pas naturel. C'est le résultat d'un processus d'institutionnalisation

- Il ne peut apparaître et perdurer sans règles et sans conventions
- \* Ces règles sont à la fois juridiques en encadrant en particulier la production et la diffusion de l'information économique (bilans et comptes de résultats des entreprises fiables)
- \* Les règles informelles sont des conventions des croyances partagées .des codes de langage (parler affaires avant ou après les propos de politesse, tolérance plus ou moins grande pour les silences),
- De nombreux organismes contrôlent et sanctionnent les manquements
- \* La direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) assure un fonctionnement loyal et sécurisé des marchés. Ils s'assurent par exemple que le vin est un AOC, qu'il n'y a pas de bactéries tueuses dans les conserves...
- \* L'autorité des marchés financiers a pour missions de veiller à la protection de l'épargne investie dans les instruments financiers, à l'information des investisseurs et au bon fonctionnement des marchés.
- \* L'ARCEP Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes. Chargée d'accompagner l'ouverture à la concurrence du secteur pour réguler les marchés correspondants

P50 q 23

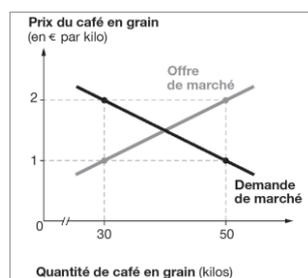
P51 q 30

- Il doit reposer sur les droits de propriété et en particulier sur les brevets
- \* L'offreur doit être le propriétaire légal pour participer à l'échange.
- \* Sinon il suffit de le voler y compris si ce bien correspond à la propriété intellectuelle sur une chanson ou sur le nom d'une entreprise et il n'y a pas d'incitation à l'innovation et à la création (médicaments, films, livres)
- \* L'administration délivre donc des brevets pour assurer à l'inventeur une protection contre toute imitation et lui réservant l'exclusivité de l'exploitation industrielle.

P52q33,  
36,

## B. L'analyse micro économique traditionnelle du marché

1. Le représente par des courbes d'offre et de demande reliant quantités et prix se croisant au point d'équilibre.



P 66 q17

- La fonction d'offre est considérée comme croissante par rapport au prix alors que celle de la demande est décroissante
- \* Prix élevés  $\Rightarrow$  quantités potentiellement offertes plus importantes.
- \* Prix élevé  $\Rightarrow$  quantités potentiellement demandées faibles.

P 64 q2

P 67 q  
22

\* En France par exemple pour un prix de 7,50 euros la consommation est de 0,2 gallon par jour. Aux Etats-Unis par contre le prix est plus faible (3 euros) et la quantité demandée plus importante un gallon = environ 4 l

• Le point d'équilibre se trouve à l'intersection des deux courbes. Il est fixé aux enchères par un commissaire-priseur " fictif

\* Un « prix d'équilibre » sur un marché est un prix correspondant à une situation où l'offre est exactement égale à la demande (1.5 € dans l'exemple)

Jeu du  
marché P  
67 q 24

\*  $D > O \Rightarrow$  le commissaire-priseur  $\uparrow$  prix  $\Rightarrow$  retour à l'équilibre et inversement.

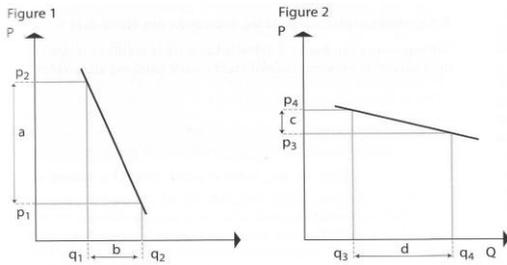
\* Ces mécanismes supposent que les agents économiques sont « preneurs de prix » car ils adaptent leur décision en fonction du prix de marché, mais ne peuvent eux-mêmes par leur seule décision déterminer ce prix.

• Les courbes qui représentent O et D sont affectées par les élasticités

\* L'élasticité prix est aussi un facteur important (taux de variation de la demande /taux de variation des prix) . $E_p$  pétrole :  $= - 10/66,7 = 0,15/$   $E_p$  blé :  $= - 0,5$ . Elle dépend elle-même de la présence ou non de biens substituables.

Flash  
méthode  
exo 1 et 2  
p 363

\* Les revenus sont également un facteur explicatif important des variations de la demande .pour mesurer la réaction des consommateurs on peut calculer l'élasticité revenu  $e_r =$  (variation de la consommation en %/ variation du revenu en %).



\* Dans la figure 1, on voit qu'une forte variation du prix (a) n'entraîne qu'une faible variation des quantités demandées (b). Dans ce cas, l'élasticité est faible.

-Dans la figure 2, on voit qu'une faible variation du prix (c), entraîne une forte variation des quantités demandées. Dans ce cas, l'élasticité est forte.

## 2. L'analyse repose sur les 5 hypothèses de la concurrence pure et parfaite

- Elles sont irréalistes mais permettant d'analyser le système économique marchand.

- \* L'atomicité : Les agents sont considérés comme trop petits pour influencer les prix du marché. On dit qu'ils sont price taker. (Ex = criée)

- \* L'homogénéité : Les biens sont indifférenciés. La concurrence ne se fait que par les prix. (Ex le pétrole ou l'or)

P72q45

- \* Transparence de l'information. Les prix et les caractéristiques des produits sont connus de tous. Aucun offreur n'a donc intérêt à vendre à un prix supérieur au marché (affichage des prix)

- \* Libre entrée et sortie : Aucune barrière n'empêche l'entrée de nouvelles entreprises concurrentes sur le marché. Ces entreprises sont faciles à vendre quand les entrepreneurs se décident à se reconverter. Un café ou un resto peut s'établir où il le souhaite

- \* Libre circulation des facteurs de production : le travail et le capital sont mobiles (espace Schengen)

- Les conditions de la CPP ne sont que rarement constatées

- \* L'atomicité est contredite par l'existence de monopoles (un seul offreur sur le marché/eau courante ou du gaz de ville) et d'oligopoles (rassemblant quelques offreurs / téléphonie mobile contrôlée par 3 opérateurs, 80 % de la production de disques contrôlée par cinq « majors »)

- \* Il existe des situations de concurrence monopolistique (situation de marché dans lesquels les produits ne sont pas homogènes). Quand les entreprises peuvent différencier leurs produits par l'innovation, le packaging et la publicité

- \* Les entreprises cherchent à empêcher la libre entrée en pratiquant ententes (sur les prix par exemple), cartels (groupe de concurrents qui s'unissent pour empêcher la libre entrée) et abus de position dominante du type abus de position dominante.

### C. Le marché concurrentiel est un système efficace d'allocation des ressources

#### 1. La main invisible du marché conduit vers l'intérêt général ce qui justifie le libéralisme économique

- Dans une économie de marché, tous les agents économiques sont rationnels et guidés par leurs intérêts ce qui conduit à l'intérêt général.

- \* On appelle économie de marché un système économique dans lequel les mécanismes de marché jouent un rôle essentiel dans l'organisation de la production et des échanges.

- \* En contexte de concurrence,

P 46 q 9

- \* Ils procèdent donc à des calculs économiques de maximisation

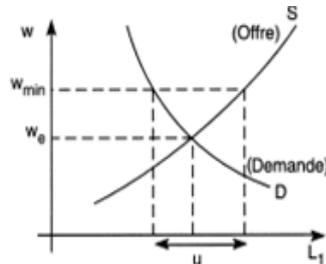
P47 q 6, 7,8,

- \* Les demandeurs sous contrainte budgétaire maximisent leur utilité

- \* Les offreurs sous contrainte de coûts maximisent leur profit

- L'Etat n'a donc nul besoin d'intervenir dans la vie économique

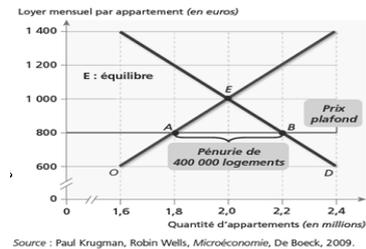
\* Les prix planchers (prix minimal comme le smic) ne sont pas souhaitables. Il se traduit par des quantités de travail offerte par les actifs (OS) supérieure à la demande de travail des entreprises (DS) ce qui se traduit par du chômage



Q 3,4 p 77

Q 5 p 81

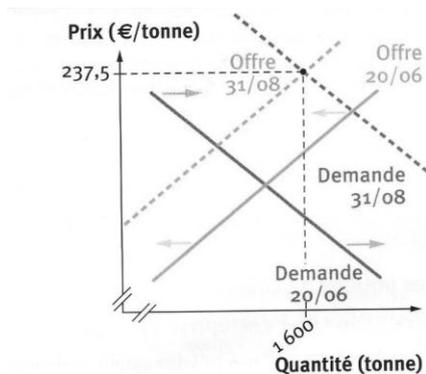
\* La fixation d'un prix plafond (prix maximum d'un bien) sur les loyers par exemple se traduit par une raréfaction de l'offre et donc des quantités échangées moindres



\* Le libéralisme économique est une doctrine hostile à l'intervention de l'état dans la vie économique et sociale.

## 2. Toute perturbation de l'offre ou de la demande mène à un nouvel équilibre : le marché s'autorégule par le signal des prix.

- L'offre et la demande sont affectées l'une par l'autre. Ce qui se traduit par des déplacements de courbes



Fiche méthode p 369

\* Au 20 juin 2006 le prix d'équilibre est de 222,5 € pour une quantité de 1500 tonnes de blé

\* Les incendies en Russie se traduisent par un déplacement de la courbe d'offre vers la gauche le nouveau prix d'équilibre est de 230 € pour une quantité échangée de 1300 t

\* Anticipant une pénurie les quantités demandées augmentent la courbe de demande se déplace vers la droite  $P_e = 235 \text{ €}$   $Q_d = 1800 \text{ €}$

\* Le déplacement combiné de l'offre et de la demande aboutit à un nouveau point d'équilibre ( $P_e = 237,5 \text{ €}$   $Q_e = 1600 \text{ €}$ )

- Les chocs d'offre vont également se traduire par un déplacement des courbes d'offre

\* Modification brutale des ressources technologiques (une usine détruite).

\* Introduction d'une technologie nouvelle (recomposition du secteur)

P 368 q 5,6

\* Modification du prix des facteurs de production ( $\uparrow$  du prix des matières  $\Rightarrow$  déplacement de la courbe d'offre vers la droite et vers le bas (Si  $\downarrow$  la courbe se déplace vers la gauche et vers le haut

- Les chocs de demande se traduisent par le déplacement des courbes de demande

\* D'une modification des goûts des ménages (effet de mode, publicité.)

P 369 q7, 8

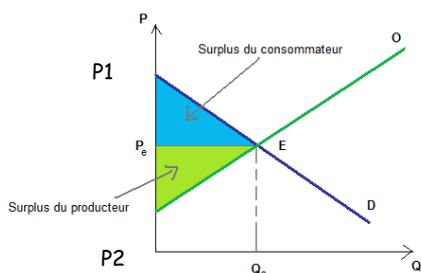
\* Si un produit devient à la mode, les quantités augmentent pour un même prix la courbe de demande se déplace vers la droite de  $d$  en  $d'$  (en même prix, il y a plus de demande ( $q_d' > q_d$ ))

\* De la modification des dépenses des consommateurs (croissance, dépenses publiques ...)

## 3. Elle évite les rationnements et permet théoriquement une allocation des ressources optimale

- A l'équilibre les offreurs et demandeurs réalisent un surplus autrement réalisent un gain

- \* Les consommateurs parce que le prix du marché ( $e$ ) est inférieur à ce que beaucoup de consommateurs étaient prêts à payer,
- \* Les producteurs car ce prix est supérieur à celui à partir duquel ils faisaient profits.



Q 42p71

- \*  $P1$  = prix maximum accepté par le consommateur /  $p2$  = prix minimum accepté par le producteur /  $p_e$  = prix d'équilibre effectivement payé par le consommateur et reçu par le producteur
- \* Le surplus du consommateur lié à l'échange est représenté par la surface du triangle ( $p1, p_e, e$ ) le surplus du producteur est représenté par la surface du triangle ( $p_e, p2, e$ )
- La concurrence permet une allocation optimale des ressources
- \* Chaque vendeur a intérêt à baisser ses prix, ce qui est favorable au consommateur.
- \* Les clients potentiels peuvent choisir entre les différents produits proposés et accessibles
- \* Elle est facteur d'innovation.
- \* Elle oblige les gens à agir rationnellement.
- \* Elle est la source du juste prix :

#### D. Prêts pour le contrôle

1. Réviser les définitions des notions essentielles (fiche vocabulaire ou pp 59 et 79)
2. Exercices en plus pp 60 et 80
3. Vers le bac pp 61 et 81

#### II. Elle présente cependant des limites et des défaillances

##### A. L'information n'est pas toujours parfaite

##### 1. Les asymétries d'information sont sources d'incertitude et nuisent à la rationalité des décisions.

- Dans certaines situations l'un des deux acteurs du marché dispose d'une meilleure information
- \* Par exemple le vendeur de voiture d'occasion connaît l'état du véhicule (bon pour Madame Fernandez et mauvais pour monsieur Martin) Mais l'acheteur est dans l'incapacité de connaître cet état il va donc se fier à l'argus pour établir son prix 4000 € dans l'exemple il va donc refuser de payer plus

P 85 q a,  
b

- \* Madame Fernandez va tenter de trouver des moyens de vendre hors marché, par exemple à des personnes qu'il connaît personnellement. Alors que Monsieur Martin vendra.
- \* Les mauvais produits chassent les bons et il y aura essentiellement des voitures de qualité médiocre sur le marché

P 85 q d,  
e

- Les mécanismes du marché vont conduire à pratiquer une sélection adverse (concept de G Akerlof)
- \* C'est-à-dire celle des moins bons produits
- \* C'est donc une anti sélection.

\* Les agents économiques sont conduits à prendre des décisions contraires à ce qu'ils recherchaient initialement.

• L'aléa moral conduit également les agents à prendre plus de risques quand ils sont assurés

\* Situation où un agent, non ou mal informé, ne peut pas contrôler l'action d'un partenaire qui peut en profiter

P 110 q 61

\* Par exemple, dans un contrat d'assurance, le client, une fois assuré, peut être incité à prendre plus de risque

\* La banque ou l'État qui savent qu'ils seront secourus en cas de crise peuvent être tentés de prendre des risques excessifs

## **2. Ces problèmes peuvent toutefois être parfois surmontés**

• J Stiglitz propose aux assureurs par exemple des produits différenciés assorties de questions indiscrètes

\* Ils doivent donc distinguer « les bons risques » (jeunes et en bonne santé) des mauvais pour qu'une fois de plus les bons risques ne chassent pas les bons.

P 85 q 5

\* L'assureur doit donc proposer des assurances chères mais bonnes aux mauvais risques et moins coûteuse avec une protection limitée

- Le signal peut être une réponse au manque d'informations
- \* Le fait de faire du latin peut être analysée comme l'utilisation d'un signe de capacité de travail et de connaissance des mécanismes de sélection qui favorisera le passage en S
- \* Un vêtement siglé d'une marque connue suffit à augmenter le nombre de réponses aux instituts de sondage
- \* Les diplômés de HEC envoient donc aux employeurs un message du type: « J'ai réussi un concours difficile, donc montré ma capacité à travailler beaucoup et efficacement, je mérite donc un bon salaire ».
- \* Les agents confrontés aux asymétries d'informations doivent pratiquer une politique de communication efficace. Pour ce faire, ils ont recours au signal

P 93 q 1,7

## B. L'intervention de l'Etat est parfois nécessaire

### 1. Les mécanismes du marché ne s'appliquent pas aux biens collectifs : ils n'ont pas de prix de marché

- Ces derniers sont non rivaux (technologiquement) .faute de coût marginal on ne peut pas construire de courbes d'offre.
- \* Un spectateur qui regarde un feu d'artifice n'empêche pas un autre spectateur de le regarder également par exemple
- \* Son producteur ne peut pas calculer le coût marginal occasionné par le dernier spectateur et fixer sa courbe d'offre.
- \* Tous les biens collectifs peuvent être consommés simultanément par plusieurs personnes sans que la consommation de l'un ne diminue la consommation de l'autre
- \* La non-rivalité est
- La non-exclusion empêche le calcul de utilités marginales et la construction d'une courbe de demande
- \* Il est matériellement difficile de réserver le spectacle d'un feu d'artifice à un public payant.
- \* La non-exclusion empêche la révélation des préférences, donc la construction d'une courbe de demande et l'établissement d'un prix de marché.
- Ils peuvent privés ou public, purs ou impurs et être financés ou non par l'Etat

P 90 q28

	Rivalité	Non-rival
Exclusif	Bien privé	Bien club
Non-exclusif	Bien commun	Bien public

- \* Un phare est non-excluable (le capitaine qui refuse de verser une redevance pour son utilisation ne peut être privé de sa lumière) et non-rival (le personnel d'un navire peut se guider sur la lumière du phare sans priver quiconque de la possibilité d'en profiter également). C'est donc un bien collectif pur.
- \* Un programme de radio est non-rival. La technologie pourrait le rendre excluable, mais ce n'est pas fait. C'est donc pour le moment un bien public
- \* Le stock de homards est non-excluable mais rival. Il s'agit donc d'un bien commun.
- \* Le nettoyage des routes en hiver : bien collectif.
- \* La production par l'État des biens collectifs purs peut compenser l'impossibilité de le faire correctement dans un cadre marchand.

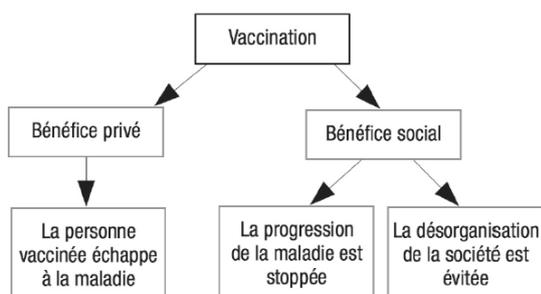
P 90  
recopier  
le tableau  
P 91 q abc

## 2. Les externalités doivent également être encadrées

P 88 D7  
définir  
externalités

- Certaines productions se traduisent par un désavantage ou un avantage à autrui sans contrepartie monétaire
- \* Elles peuvent être positives (apiculteurs  $\Rightarrow$   $\uparrow$ CA arboriculteurs, installation d'une boulangerie  $\Rightarrow$  plus de clients pour l'épicerie, vaccination .....
- \* Ou négatives (embouteillages, pollution, bruit)
- Les pouvoirs publics doivent donc intervenir car les externalités faussent les prix
- \* En effet certains coûts et certains bénéfices économiques ne sont pas pris en compte dans la fixation des prix,
- \* Par exemple le bénéfice privé de la vaccination ou de l'éducation est inférieur au bénéfice social

P 89  
q19,23



- \* L'État doit donc subventionner ou prendre en les productions génératrices d'externalités positives et taxer ou réglementer les externalités négatives