

CHAPITRE 4 : MARCHES ET PRIX

I. Comment se forment les prix sur un marché ?

A. La théorie libérale représente le marché concurrentiel par un graphique

1. Le marché est le lieu de rencontre entre l'offre (O) et la demande (D)
 - Il peut être réel ou virtuel
 - Il peut être concurrentiel ou non
2. La représentation de la demande de marché en marché concurrentiel
 - C'est une fonction décroissante des prix
 - Les déterminants de la demande sont
 - La courbe de demande se déplace quand le nombre des demandeurs varie
3. La représentation de l'offre de marché
 - L'offre est une fonction croissante du prix
 - Les déterminants de l'offre sont
 - La courbe d'offre se déplace quand le nombre d'offreurs varie

B. La formation des prix de marché

1. Dans la représentation théorique de base
 - Le prix d'équilibre (P^*) est celui qui égalise l'offre et la demande (en Q^*)
 - A ce prix il n'y a ni pénurie, ni excédent.
2. Les prix sont influencés par de nombreux facteurs
 - Les coûts de production et le degré de la concurrence
 - Les variations de la demande et de l'offre

II. La pollution : Comment remédier aux limites du marché ?

A. La pollution est une externalité négative du marché

1. La production et la consommation provoquent des dégâts sur l'environnement
 - L'activité économique produit des gaz à effet de serre
 - Elle se traduit également par une surexploitation du capital naturel
2. La pollution n'a pas de prix de marché
 - Les externalités sont des conséquences provoquées à autrui du fait de l'activité économique
 - Le marché peut difficilement les prendre en compte
3. Les biens de l'environnement sont des biens collectifs pour lesquels le marché est défaillant
 - En effet ces biens sont non rivaux et non exclusifs
 - Et ces qualités encouragent les comportements de passager clandestin.

B. L'action des pouvoirs publics en faveur de l'environnement est donc indispensable

1. Les politiques peuvent être incitatives quand elles encouragent les agents à modifier leurs comportements
 - Le marché des droits à polluer incite en principe les entreprises à diminuer leurs émissions de CO_2
 - Les ménages peuvent être également guidés du côté de l'écologiquement correct
2. Ces politiques peuvent également être contraignantes
 - En obligeant les agents à respecter des normes, des lois, des règlements.
 - Ces politiques sont-elles efficaces ?

FICHE VOCABULAIRE DU CHAPITRE 4

Biens collectifs : Biens ou services qui peuvent être consommés par plusieurs personnes à la fois. (Air pur par exemple) présentant trois caractéristiques. Les consommateurs ne sont pas des rivaux. Ils sont générateurs d'externalités positives. Ils justifient l'intervention de l'Etat.

Biocapacité : capacité de la planète à produire des ressources renouvelables (champs, pâturages, forêts, Zone de pêches) et à absorber les déchets.

Demande : quantité de produits ou de services que les consommateurs sont prêts à acheter à un prix donné

Externalité: se produit lorsqu'un agent économique procure, par son activité, à autrui, un avantage (augmentation du prix de l'immobilier, bien être ...) ou un désavantage (rejet de polluant dans une rivière) .L'externalité n'occasionne pas de dédommagement.

Empreinte écologique : Indicateur de ce que l'homme utilise comme capital naturel renouvelable pour produire consommer et absorber les déchets. Elle se mesure en hectares globaux. C'est-à-dire en hectares ayant une productivité moyenne

Gaz à effet de serre : Ensemble des gaz naturellement produits par la terre ou rejetés par l'activité économique qui se traduisent par un réchauffement de la planète (CO₂, Ozone, méthane)

Incitations : mesures de politique économique destinées à inciter les entreprises ou les ménages à modifier leur comportement de manière à se procurer un avantage .Par exemple l'agent devra diminuer ses rejets polluants s'il veut bénéficier d'une subvention.

Marché: Lieu de rencontre organisé, réel ou virtuel, des offres et des demandes pour un bien ou un service.

Monopole: Structure de marché caractérisée par la présence d'un vendeur unique.

Offre : quantité de biens ou de services que les entreprise sont prêtes à vendre un prix donné

Oligopole: Structure de marché caractérisée par la présence d'un petit nombre d'offreurs susceptibles d'influencer les prix.

Prix: montant monétaire échangé contre un bien ou un service lors d'un achat ou d'une vente. Il est dit d'équilibre lorsque l'offre est égale à la demande.

I. Comment se forment les prix sur un marché ?

Vidéo : comment se fixent les prix du transport aérien.

http://www.dailymotion.com/video/xe1wut_prix-et-marches-eco-cie_school

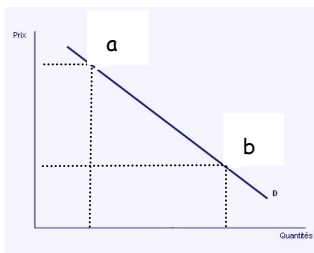
A. La théorie libérale représente le marché concurrentiel par un graphique

1. Le marché est le lieu de rencontre entre l'offre (O) et la demande (D)

- Il peut être réel ou virtuel
 - * Réel : le marché de la rue de Fontenay, la criée aux poissons, le marché d'enchère
 - * Ou virtuel : eBay, marché financier, marché du travail
- Il peut être concurrentiel ou non
 - * Sur ce type de marché, les consommateurs et les producteurs sont si nombreux qu'ils n'exercent aucune influence sur les prix. Le prix du marché est alors considéré comme unique (on dit que les entreprises sont Price taker)
 - * Mais il peut exister des monopoles (un seul vendeur) ou des oligopoles. Dans ce cas, les entreprises déterminent le prix librement on dit qu'elles sont Price maker

2. La représentation de la demande de marché en marché concurrentiel

- C'est une fonction décroissante des prix
 - * La demande est la quantité d'un bien ou d'un service que les ménages et les entreprises décident d'acheter à un prix donné.
 - * On la représente par une courbe qui relie la quantité demandée d'un bien ou d'un service à son prix.



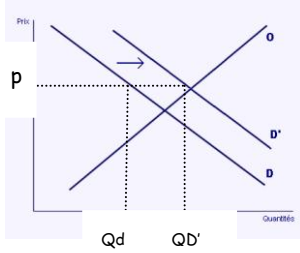
- * Quand les prix sont élevés la demande est faible (point a)
- * Et inversement (point b)

Doc
2 p
41

- Les déterminants de la demande sont
 - * Le revenu
 - * Les prix des biens complémentaires (Voiture et essence) et substituables (DVD ou cinéma)
 - * Les préférences des consommateurs influencées par la mode ou la publicité
 - * Les prévisions qu'ils effectuent. Par exemple la crise développe la crainte du chômage et la consommation s'en ressent.
 - * Les facteurs naturels : le climat augmente par exemple la demande de maillots de bain ou d'anoraks.

- La courbe de demande se déplace quand le nombre des demandeurs varie

Graphique
à p
42

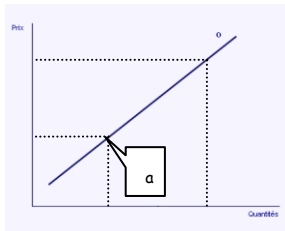


- * Si un produit devient à la mode par exemple la courbe se déplace vers la droite de D en D' (En effet, pour un même prix, il y a plus de demande ($QD' > QD$))
- * Par contre si les consommateurs sont moins friands de ce produit la courbe se déplace vers la gauche

3. La représentation de l'offre de marché

- L'offre est une fonction croissante du prix
- * C'est la quantité d'un bien ou d'un service que les vendeurs sont prêts à vendre pour un prix donné.
- * La courbe d'offre relie la quantité offerte d'un bien ou d'un service à son prix

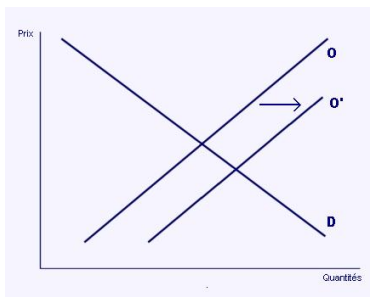
Graphique
p 41



- * Quand les prix sont élevés beaucoup d'entreprises sont prêtes à proposer leurs produits.
- * Quand les prix sont faibles la quantité offerte est moins importante (point a)

- Les déterminants de l'offre sont
- * Essentiellement les coûts de production auxquels les entreprises ajoute une marge bénéficiaire
- * Le progrès technique
- * Les anticipations
- * L'abondance plus ou moins importante des ressources naturelles
- La courbe d'offre se déplace quand le nombre d'offreurs varie

Graphique
p 42

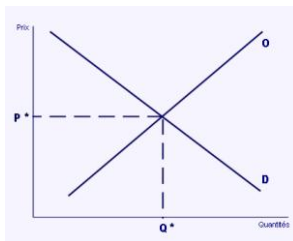


- * Si les coûts de production diminuent, les quantités offertes sont plus importantes pour un même prix.
- * La courbe se déplace donc vers la droite de O en O'
- * S'ils augmentaient, la courbe d'offre se déplacerait en haut et à gauche.

B. La formation des prix de marché

1. Dans la représentation théorique de base

- Le prix d'équilibre (P^*) est celui qui égalise l'offre et la demande (en Q^*)



- A ce prix il n'y a ni pénurie, ni excédent.
- * La quantité offerte est égale à la quantité demandée
- * La pénurie existe quand $Q_D < Q_O$ (acheteurs sans vendeurs)
- * L'excédent décrit le cas contraire : $Q_O < Q_D$ (vendeurs sans acheteurs)

2. Les prix sont influencés par de nombreux facteurs

- Les coûts de production et le degré de la concurrence
- * \uparrow Du prix de l'énergie $\Rightarrow \uparrow$ des coûts de production $\Rightarrow \uparrow$ des prix de vente
- * En situation de monopole les prix sont plus élevés qu'en situation de concurrence.

P 44 Q
7 +
Pour
conclure

- Les variations de la demande et de l'offre
- * \uparrow De D $\Rightarrow \uparrow$ prix et \downarrow de D $\Rightarrow \downarrow$ de P
- * Par exemple : Enrichissement des chinois $\Rightarrow \uparrow$ de la consommation de viande $\Rightarrow \uparrow$ de la demande d'aliments pour bétail $\Rightarrow \uparrow$ du prix des céréales
- * \uparrow De O $\Rightarrow \downarrow$ de P ; \downarrow de O $\Rightarrow \uparrow$ de P
- * Par exemple : sécheresse en Australie $\Rightarrow \downarrow$ de O $\Rightarrow \uparrow$ du prix des céréales

II. La pollution : Comment remédier aux limites du marché ?

A. La pollution est une externalité négative du marché

1. La production et la consommation provoquent des dégâts sur l'environnement

- L'activité économique produit des gaz à effet de serre
- * Ces gaz sont naturellement produits par la terre (CO_2 , Ozone, méthane ...) On les mesure en équivalent CO_2 .

P 45 Q
1, 4,5

- * Mais l'activité économique et la croissance de la population accentue leur production. Ce qui se traduit par le réchauffement climatique
- * Cette quantité a été multiplié par $(49/28,7) = 1,7$ entre 1970 et 2004 soit une hausse de 70 % $(49-28,7/28,7) \times 100$

- Elle se traduit également par une surexploitation du capital naturel
- * La production puise dans l'offre de capital naturel de la planète (eau, énergie, terre cultivable, forêts) appelé également « Biocapacité »
- * Elle laisse une empreinte écologique (demande de capital naturel) .Par exemple une si celle de la France = à 4.9, Un français a en moyenne besoin de 4.9 hectares pour satisfaire ses besoins.
- * A partir de ces deux notions, on peut mesurer le débit écologique (Biocapacité/ empreinte écologique) et le crédit écologique = (empreinte écologique / Biocapacité).

P 46
Q 8,9

2. La pollution n'a pas de prix de marché

- Les externalités sont des conséquences provoquées à autrui du fait de l'activité économique
- * Elles peuvent être positives (apiculture facilitant la pollinisation des fleurs ou présence d'une station de RER pour le prix de l'immobilier)
- * Ou négatives (pollution, bruit....)
- Le marché peut difficilement les prendre en compte
- * Car on ne peut pas facilement isoler les responsables, les bénéficiaires ou les victimes.
- * Les pertes appelés coûts sociaux ou les bénéfices sont difficiles à évaluer à intégrer éventuellement dans les coûts de production.
- * Par exemple il est difficile d'évaluer le coût social de la disparition des abeilles, d'identifier les responsables et d'indemniser l'humanité

P 47 D
2

P 47
Q4

3. Les biens de l'environnement sont des biens collectifs pour lesquels le marché est défaillant

- En effet ces biens sont non rivaux et non exclusifs
- * Tout le monde y a accès, sans restriction (eau pure des rivières, Clair de lune) = non rivaux.
- * On ne peut pas interdire sa consommation à celui qui ne veut pas payer = non exclusifs
- Et ces qualités encouragent les comportements de passager clandestin.
- * Des consommateurs qui profitent du bien collectif sans payer le prix de la dépollution éventuelle (mégots ou poubelles abandonnées sur une plage, crottes de Chien ...)
- * Les producteurs n'ont également pas intérêt à assumer le coût social de la pollution alors que les bénéfices profitent à tout le monde.

P 48
D5 et
Q8 +
pour
conclure

B. L'action des pouvoirs publics en faveur de l'environnement est donc indispensable

1. Les politiques peuvent être incitatives quand elles encouragent les agents à modifier leurs comportement

- Le marché des droits à polluer incite en principe les entreprises à diminuer leurs émissions de CO₂
- * Les entreprises polluantes (métallurgie...) reçoivent des quotas de CO₂ correspondant à une diminution de 20 % des émissions
- * Les bons élèves qui font mieux que prévu peuvent revendre leurs surplus aux mauvais élèves.

http://terminales-b-lak.blog4ever.com/blog/lire-article-359681-1498305-marche_des_droits_a_polluer.html

- * On peut également subventionner les entreprises qui font de la recherche sur les énergies renouvelables ...

P49
Q1, 2

- Les ménages peuvent être également guidés du côté de l'écologiquement correct
- * Baisse d'impôts pour les investissements réalisés pour augmenter la qualité environnementale de l'habitat (doubles vitrages, achat d'une pompe à chaleur)
- * Le bonus-malus écologique : Plus la voiture achetée est propre, plus la subvention est élevée, plus le véhicule est polluant, plus la taxe à verser est lourde. Ce qui incite à mettre à la casse son vieux véhicule pour en acheter un neuf émettant moins de CO₂

2. Ces politiques peuvent également être contraignantes

- En obligeant les agents à respecter des normes, des lois, des règlements.
- * Normes ISO : sur la qualité de l'eau, teneur en nitrate des produits alimentaires, normalisation des chasses d'eau ...
- * Interdiction d'utiliser des matériaux dangereux (amiante) .Obligation de remplacer la plomberie en plomb.
- * Retrait progressifs des ampoules traditionnelles au profit du Led

- Ces politiques sont -elles efficaces ?

* Oui en partie : les émissions de CO₂ des voitures dans l'UE ont diminué (153- 173 /173) X100 = 96 % entre 2000 et 2008,

* Toutefois La réglementation n'est efficace que si les contrôles sont suffisants et réalisés par des agents indépendants. (Sécurité des centrales nucléaires ...)

P 50 Q
10,11

* Sur le marché des droits à polluer, le prix de la tonne de CO₂ (10€) n'est pas suffisant pour inciter les entreprises à investir dans des technologies moins polluantes)

* Les écotaxes sur l'électroménager et l'électroniques ne concernent que les européens ce qui diminue notre compétitivité par rapport aux chinois ou aux américains qui ne l'appliquent pas