

**PARTIE I : SCIENCE ECONOMIQUE**  
Thème 3 : La coordination par le marché

→ Section 2 : Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

NOTIONS	INDICATIONS
<b>Offre et demande, prix et quantité d'équilibre, preneur de prix, rationnement, surplus, gains à l'échange, allocation des ressources.</b>	On s'attachera à mettre en évidence les déterminants des comportements des agents, offreurs et demandeurs, puis on procédera à la construction des courbes d'offre et de demande et à l'analyse de la formation de l'équilibre sur un marché de type concurrentiel. La modification des conditions d'offre ou de demande permettra de montrer comment s'ajustent, dans le temps, prix et quantités d'équilibre. On étudiera les réactions de l'acheteur aux changements des incitations (augmentation du prix du tabac, de la fiscalité sur les carburants, prime à la casse sur le marché de l'automobile, etc.). L'étude de la notion de surplus et de son partage entre acheteurs et vendeurs permettra d'illustrer graphiquement les gains de l'échange. On fera apparaître l'existence de situations de rationnement lorsque le prix est fixé, quelle qu'en soit la raison, à un autre niveau que celui qui équilibre le marché (files d'attente, réglementation des loyers, pénuries de places pour des rencontres sportives ou les spectacles, etc.).

Introduction :



Q1 Dans chacune des situations, est-ce l'évolution de l'offre ou de la demande qui affecte les prix ?

**Formulation d'hypothèses :**

→ D'après vous :

- que se passe-t-il quand l'offre est supérieure à la demande ?
- que se passe-t-il quand la demande est supérieure à l'offre ?
- les marchés aboutissent-ils toujours à une situation d'équilibre ?

**1- Une approche en termes de modèle**

La réflexion des économistes sur le marché a conduit ces derniers à construire une catégorie abstraite, un modèle de « **marché stylisé** » (R. Guesnerie, dans *Économie de marché*), afin d'en expliquer le fonctionnement. Ce modèle du marché concurrentiel est une **construction théorique**, une **représentation simplifiée** de la réalité (R. Mundell parle de « caricature de la réalité ») dont l'objectif est de **mettre en lumière les mécanismes** qui président à la détermination du **prix** et de la **quantité** échangée. [Selon David Romer (2001) : « le but d'un modèle n'est pas d'être réaliste. En effet, nous possédons déjà un modèle complètement réaliste : c'est le monde réel lui-même. Or ce 'modèle' est trop compliqué pour être compréhensible. ... Le postulat simplificateur permet d'isoler certains effets et d'en faciliter la compréhension. »] « La caractéristique clé d'un marché concurrentiel est qu'aucune action individuelle ne peut avoir d'influence notable sur le prix auquel le bien ou le service est vendu » (P. Krugman, R. Wells, dans *Microéconomie*), ce qui s'explique par la **concurrence** entre les **vendeurs** ainsi qu'entre les **acheteurs, très nombreux** dans les deux cas, au point que chaque agent économique devient « **preneur de prix** ». Ce modèle du **marché concurrentiel** suppose aussi que les vendeurs offrent des produits **identiques**.

[www.eduscol.com](http://www.eduscol.com)

Q1 Quel est l'intérêt de raisonner en termes de « modèle » ?

Q2 Est-il gênant qu'un modèle soit une « caricature de la réalité » ?

Q3 Quelles sont les principales caractéristiques d'un marché concurrentiel ?

**A. Les déterminants de l'offre et de la demande**

**1) La demande**

2- Vous avez 50 euros d'argent de poche. Ceux-ci constituent votre contrainte budgétaire. En fonction de vos préférences, vous avez le choix entre acheter des DVD (15 euros l'un), un abonnement mensuel à une revue (13 euros), des friandises (10 euros les 500 grammes). Vous n'êtes pas obligé de tout dépenser.

Q1 Que faites-vous ?

3- Le prix d'un DVD passe à 10 euros ainsi que l'abonnement à la revue. Quant aux friandises, elles coûtent désormais 20 euros les 500 grammes (à cause de taxes créées par les pouvoirs publics pour lutter contre l'obésité).

Q1 Qu'êtes-vous incité à faire ?

Q2 Complétez les phrases suivantes :

- quand le prix d'un bien augmente, je suis incité à en acheter .....
- quand le prix d'un bien diminue, je suis incité à en acheter .....

La **quantité demandée** d'un bien est la quantité de ce bien que les acheteurs souhaitent et sont capables d'acheter. Comme nous pourrions le voir, de nombreuses choses déterminent la quantité demandée d'un bien, mais lorsque l'on analyse le fonctionnement des marchés, un déterminant joue un rôle central, le prix du bien. Si le prix des glaces augmentait jusqu'à 20 euros par boule vous achèteriez moins de crème glacée. Vous pourriez acheter une sucette glacée à la place. Si le prix de la glace tombait à 0,20 euro par boule, vous en achèteriez plus. Comme la quantité demandée diminue lorsque le prix augmente et comme elle augmente lorsque le prix diminue, nous disons que la quantité demandée est *négativement reliée* au prix. Cette relation entre le prix et la quantité demandée est vraie pour la plupart des biens dans l'économie et elle s'applique si largement que les économistes l'appellent la **loi de la demande** : toutes choses égales par ailleurs, quand le prix d'un bien augmente, la quantité demandée du bien diminue et quand le prix diminue, la quantité demandée augmente.

Mankiew et Taylor, *Principes de l'économie*, 2010

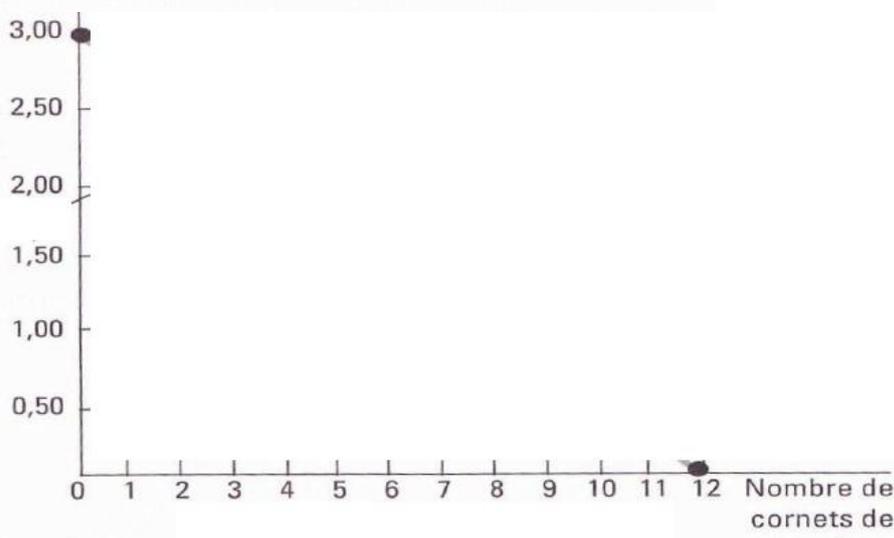
Q1 Complétez les phrases suivantes avec le vocabulaire adéquat

La demande correspond aux intentions d'achat des agents économiques. Sous réserve que la demande cherche à **maximiser son utilité**, plus le prix d'une marchandise est faible, plus la quantité demandée par le public des acheteurs sera ..... : **la demande est donc une fonction ..... du prix**. Pour l'expliquer, il faut prendre en compte la conjugaison de deux effets : l'augmentation du prix d'un produit réduit le pouvoir d'achat du revenu, si bien que le consommateur achète une quantité plus ..... du produit (**effet de revenu**), et en même temps rend le produit ..... attractif, la demande se reportant alors en partie sur d'autres produits (**effet de substitution**). A noter que **l'élasticité prix de la demande** correspond au rapport entre la variation ..... et celle .....

4- Construisez la courbe représentation le plan de demande de glaces de Marie.

Le tableau de la figure montre combien de cornets de glace Marie achète chaque mois à différents prix. Si les glaces sont gratuites, Marie consomme 12 cornets. À 0,50 euro par cornet, Marie en achète 10. Lorsque le prix augmente encore, elle achète de moins en moins de cornets. Lorsque le prix atteint 3 euros, Marie n'achète plus du tout de glaces. Ce tableau est un **plan de demande**, il montre la relation entre le prix d'un bien et la quantité demandée, en supposant constant tout ce qui peut influencer la décision d'achat des consommateurs.

Prix d'un cornet de glace	Nombre de cornets de glace demandés
0,00 €	12
0,50	10
1,00	8
1,50	6
2,00	4
2,50	2
3,00	0

## 5- Les variables à l'origine du déplacement de la courbe de demande

De nombreuses variables sont à l'origine du déplacement de la courbe de demande. Voici les plus importantes.

**Le revenu** – Qu'advient-il de votre demande de glaces si vous perdez votre petit boulot d'un été ? Fort probablement, elle déclinerait. Un revenu plus faible signifie que vous avez moins à dépenser au total et donc vous avez moins à dépenser dans certains biens – probablement la plupart. Quand la demande pour un bien diminue lorsque le revenu diminue, on dit que ce bien est un **bien normal**.

Tous les biens ne sont pas des biens normaux. Quand la demande pour un bien augmente lorsque le revenu décroît, il s'agit d'un **bien inférieur**. Les trajets en bus sont un exemple de bien inférieur : lorsque votre revenu diminue, vous êtes moins enclin à acheter une voiture ou à prendre un taxi, vous hésitez moins à prendre le bus.

**Les prix des biens proches** – Supposez que le prix des sucettes glacées diminue. La loi de la demande dit que vous en achèterez plus. En même temps, vous achèterez peut-être moins de crème glacée. Comme la crème glacée et les sucettes glacées sont des confiseries réfrigérées, elles satisfont les mêmes envies. Quand la baisse du prix d'un bien réduit la demande d'un autre bien, on dit que ces biens sont des **substituts**. Les substituts sont souvent des paires de biens qui sont utilisés l'un à la place de l'autre, comme le filet de bœuf et l'entrecôte, les vestes et les blousons, les tickets de cinéma et les DVD de location.

**Les préférences** – Le déterminant le plus évident de votre demande est votre goût pour les choses. Si vous aimez la glace, vous en achèterez plus. Normalement, les économistes n'essaient pas d'expliquer les préférences des individus car elles reposent sur des forces historiques et psychologiques qui vont bien au-delà du champ de l'économie. En revanche, les économistes examinent ce qui se passe lorsque les préférences changent.

**Les anticipations** – Vos anticipations relatives aux événements futurs peuvent influencer votre demande de biens ou de services aujourd'hui. Par exemple, si vous vous attendez à percevoir un revenu plus élevé le mois prochain, vous pourriez être tenté de dépenser une partie de votre épargne actuelle sous forme de glaces. Pour prendre un autre exemple, si vous anticipez que le prix de la glace baissera demain, vous seriez peut-être moins tenté d'en acheter un cornet au prix d'aujourd'hui.

**Le nombre d'acheteurs** – Comme la demande de marché est dérivée des demandes individuelles, elle dépend de tous les facteurs qui déterminent la demande individuelle des acheteurs, incluant leurs revenus, préférences, anticipations ainsi que les prix des biens proches. De plus, elle dépend du nombre d'acheteurs. Si Benjamin, un autre consommateur de glaces, devait rejoindre Marie et Olivier, la quantité demandée sur le marché devrait être plus grande pour tout prix et la courbe de demande se déplacerait vers la droite.

Extrait de *Principes de l'économie, adaptation européenne*, Mankiw et Taylor, 2010

## 6- Complétez avec « diminution » et « augmentation »

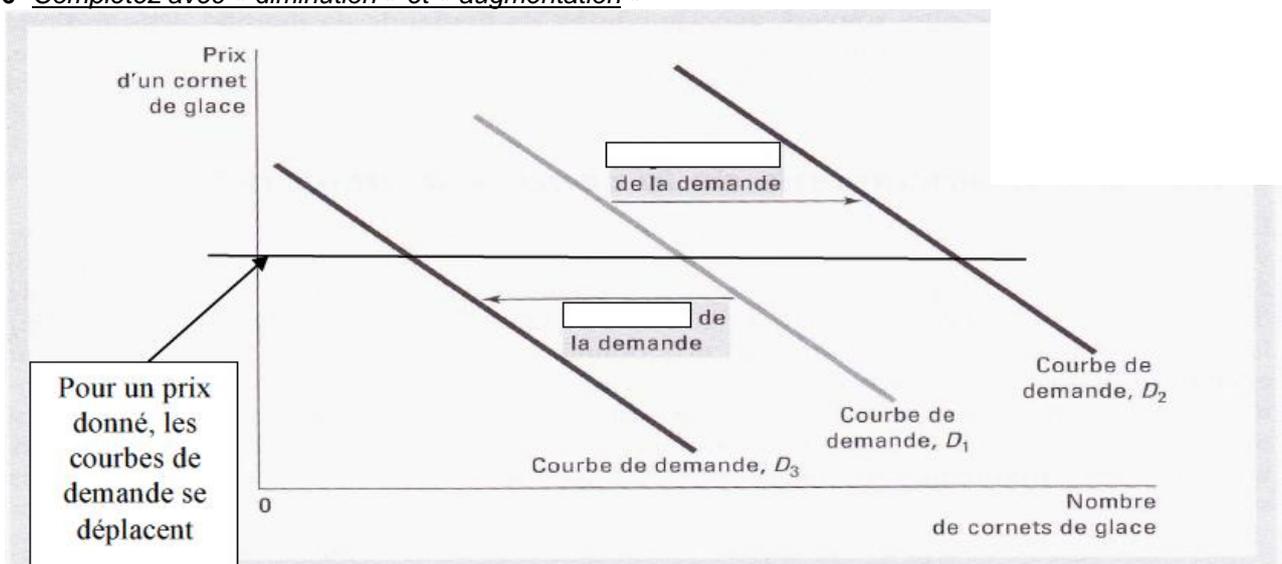


Figure Les déplacements de la courbe de demande

Tout changement qui fait augmenter la quantité que les acheteurs désirent acheter à un prix donné engendre un déplacement de la courbe de demande vers la droite. Tout changement qui fait diminuer la quantité que les acheteurs désirent acheter à un prix donné engendre un déplacement de la courbe de demande vers la gauche.

Q1 A l'aide du graphique précédent, complétez avec « D2 » ou « D3 » : la courbe de demande passe de D1 à...

- ..... quand les revenus des ménages augmentent car ils peuvent consommer davantage pour un prix donné.
- ..... quand le nombre d'acheteurs diminue.
- ..... quand les ménages anticipent une hausse du chômage. En effet, ils vont davantage épargner.
- ..... quand l'effet de mode s'est atténué.
- ..... quand un bien substituable à un moindre prix vient d'apparaître sur le marché.

Q2 Comment vont réagir les ménages aux incitations suivantes provenant des pouvoirs publics ?

Incitations en provenance des pouvoirs publics	Déplacement le long de la courbe D1	Passage de la courbe D1 à D2	Passage de la courbe D1 à D3
Augmentation du prix du tabac de 6% au 1 <sup>er</sup> /01/12.			
Une campagne publique de lutte contre le tabagisme.			
Doublage de la taxe sur les sodas envisagée par l'Etat (octobre 2011).			
Instauration d'une prime à la casse sur le marché de l'automobile (augmentation du pouvoir d'achat).			

## 2) L'offre

7- 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 céréales offrira plus de flocons d'avoine à un prix plus élevé parce qu'il sera rentable de le faire. Inversement, quand le 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, et passeront à la production d'autres produits ou tout simplement se retireront du secteur.

P. A. Samuelson, W. D. Nordhaus, *Économie*, Économica, 1998.

Q1 Quels sont les deux éléments qui peuvent inciter les entreprises à augmenter leur offre de montres (par ex.) ?

8- Vous produisez et vendez des jeux vidéo. Le coût marginal est de 30 euros.

Q2 Complétez les phrases suivantes :

Le montant minimum du prix de vente doit être supérieur à ..... euros afin d'être bénéficiaire. Si chaque jeu est vendu 40 euros, le profit marginal sera de ..... euros. Si vous vendez chaque jeu pour 45 euros, le profit marginal sera de ..... euros

Si vous avez la possibilité de les vendre à un prix plus élevé, êtes-vous incité à en produire davantage ou moins.

Q3 Pourquoi ?

Q4 Complétez les phrases suivantes :

- quand le prix d'un bien augmente, je suis incité à en produire ..... pour en vendre ..... En effet, chaque unité supplémentaire produite me rapporte .....

- quand le prix d'un bien diminue, je suis incité à en produire ..... pour en vendre ..... En effet, chaque unité supplémentaire produite me rapporte ..... Je suis davantage incité à produire autre chose me rapportant davantage. Exemple : si le prix des magnétoscopes ou des appareils photos argentiques diminue alors je serai incité à produire des lecteurs DVD.

## 9- La quantité offerte

La **quantité offerte** de n'importe quel bien ou service est la quantité que les vendeurs souhaitent et sont capables de vendre. Il y a de nombreux déterminants des quantités offertes, mais une fois encore, le prix a un rôle particulier dans notre analyse. Lorsque le prix des glaces est élevé, la vente de glace est profitable et donc la quantité offerte est grande. Les vendeurs de glaces travaillent de longues heures, achètent de nombreuses machines à glaces et embauchent de nombreux travailleurs. À l'inverse, lorsque le prix des glaces est faible, l'affaire est moins profitable et donc les vendeurs produisent moins de glaces. À un prix bas, certains vendeurs peuvent même décider de cesser leur activité et leur quantité offerte tombe à zéro. Comme les quantités offertes augmentent lorsque le prix augmente et diminuent quand le prix baisse, on dit que la quantité offerte est *positivement reliée* au prix du bien. La relation entre le prix et la quantité offerte est appelée **loi de l'offre** : toutes choses égales par ailleurs, lorsque le prix d'un bien augmente, la quantité offerte du bien augmente aussi et quand le prix baisse, la quantité offerte diminue aussi.

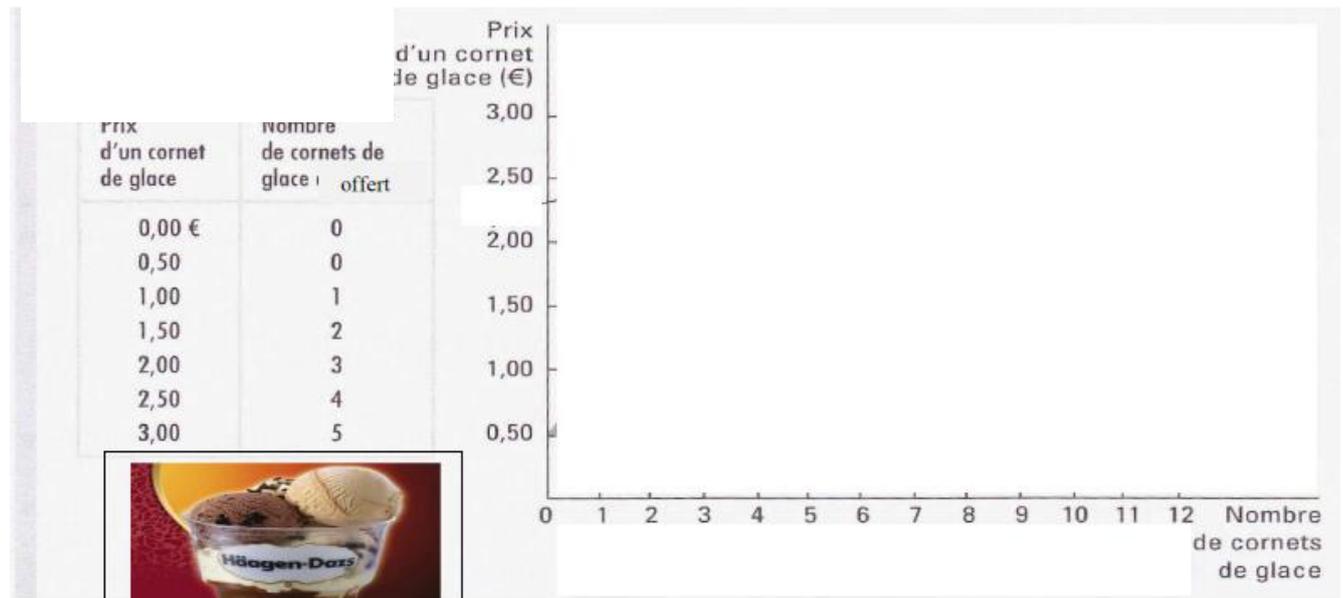
Mankiew et Taylor, *Principes de l'économie*, 2010

Q1 Complétez le texte suivant :

L'offre correspond aux intentions de vente des agents économiques producteurs de biens et services. Sous réserve que l'offre cherche à maximiser son profit (hypothèse de .....), plus le prix d'une marchandise est élevé, plus la quantité offerte par les vendeurs sera ..... : l'offre est donc une fonction ..... du prix (elle varie .....). En effet, tant que le coût marginal reste ..... à la recette marginale (le prix de vente) alors l'entreprise est incitée à produire

10- Construisez l courbe d'offre de glace

Le tableau de la figure montre la quantité offerte par Häagen, un vendeur de glaces, pour des prix de glaces différents. Pour un prix inférieur à un euro par cornet, Häagen ne vend pas du tout de glaces. Lorsque le prix augmente, il met sur le marché de plus en plus de glaces. Ceci est le **plan d'offre**, un tableau qui montre la relation entre le prix d'un bien et la quantité offerte, en maintenant constant tout ce qui influence la quantité de bien que les producteurs veulent vendre.



Mankiew et Taylor, *Principes de l'économie*, 2010

11- Les différentes variables

De nombreuses variables peuvent déplacer la courbe d'offre. Voici les plus importantes.

**Les prix des facteurs de production** – Afin de produire leurs quantités de crème glacée, les vendeurs utilisent différents facteurs de production : de la crème, du sucre, des arômes, des machines à glace, les bâtiments dans lesquels la crème glacée est faite et le travail des ouvriers qui mélangent les ingrédients et font fonctionner les machines. Lorsque le prix de l'un ou plus de ces facteurs augmente, produire des glaces devient moins profitable et les firmes fournissent moins de crème glacée. Si le prix d'un facteur de production augmente de manière substantielle, une firme pourrait même fermer et ne plus offrir de glaces du tout. Ainsi, l'offre de biens est négativement reliée au prix des facteurs de production utilisés au cours de sa fabrication.

**La technologie** – La technologie qui transforme les facteurs de production en glaces est un autre déterminant de l'offre. Par exemple, l'invention de la machine à glaces mécanisée a réduit la quantité de travail nécessaire pour faire des glaces. En réduisant les coûts industriels, le progrès technologique a augmenté l'offre de glaces.

**Les anticipations** – La quantité de glaces offerte par une firme aujourd'hui dépend de ses anticipations relatives au futur. Par exemple, si elle s'attend à ce que le prix des glaces augmente dans le futur, elle stockera une partie de sa production courante et mettra une quantité moindre sur le marché aujourd'hui.

**Le nombre de vendeurs** – L'offre de marché dépend de tous les facteurs qui influencent l'offre des vendeurs individuels, tels que les prix des facteurs utilisés pour produire le bien, la technologie disponible et les anticipations. En plus, l'offre sur un marché dépend du nombre de vendeurs. Si Häagen ou Dazs devaient se retirer de l'activité, l'offre de glaces sur le marché diminuerait.

Source : Mankiew et Taylor, *Principes de l'économie*, adaptation européenne, 2010

12- Complétez avec « diminution » et « augmentation »

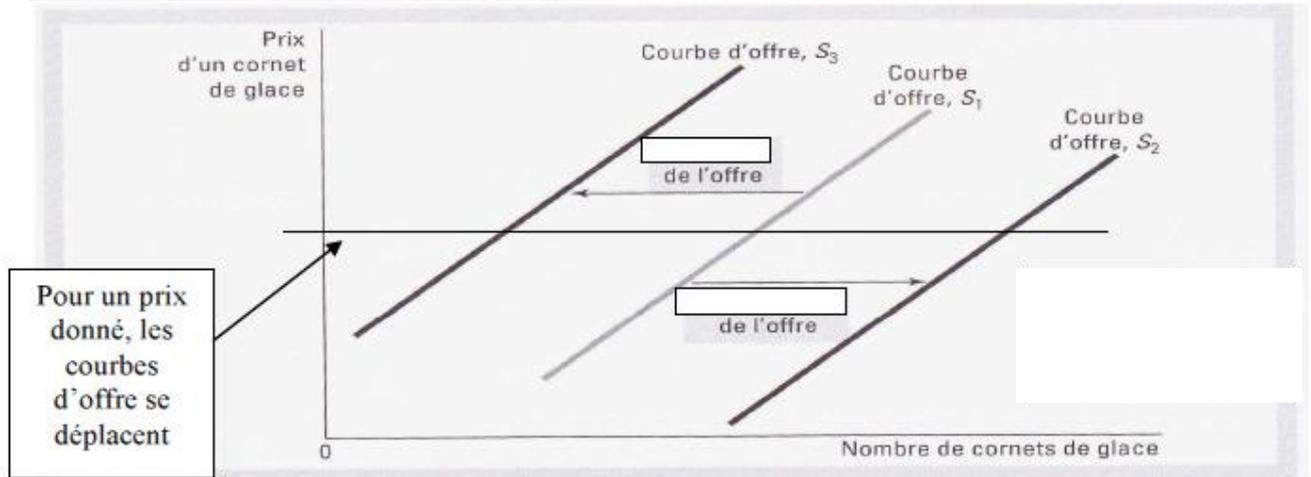


Figure Les déplacements de la courbe d'offre

Tout changement qui fait augmenter la quantité que les vendeurs désirent produire à un prix donné engendre un déplacement de la courbe d'offre vers la droite. Tout changement qui fait diminuer la quantité que les vendeurs désirent produire à un prix donné engendre un déplacement de la courbe d'offre vers la gauche.

Q1 A l'aide du graphique précédent, complétez avec « S2 » ou « S3 »

La courbe d'offre passe de S1 à...

- ..... quand les coûts de production diminuent (à cause d'une baisse des CI ou d'une innovation de procédé.
- ..... quand le nombre de vendeurs diminue.
- ..... quand les entreprises anticipent une hausse des revenus des ménages.

**B. L'efficacité du marché concurrentiel grâce à la loi de l'offre et de la demande**

**1) L'équilibre de marché**

13- 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 choisis 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).

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

Q1 Quelles sont les principales hypothèses retenues pour le bon fonctionnement du marché ?

Q2 Quel est le rôle du « commissaire-priseur » ?

**Définition :** quand un marché est concurrentiel, aucun intervenant (demandeur ou offreur) n'est en mesure d'influencer le prix. Le prix est une donnée qui s'impose à tous : on dit alors que les acteurs du marché sont des **preneurs de prix** (price taker). La loi de l'offre et de la demande s'applique donc pleinement. Inversement, dans une situation non concurrentielle comme le monopole (un seul offreur pour une multitude de demandeurs), l'entreprise est en situation de faiseuse de prix (price maker).

14- Représentez graphiquement les courbes de demande et d'offre

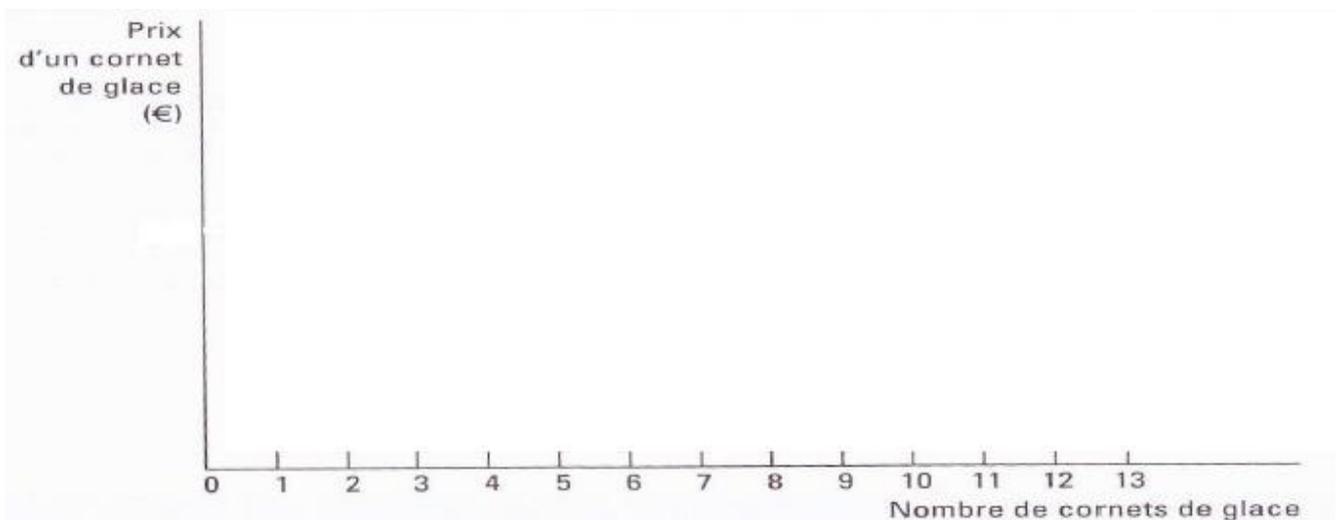
Les tableaux ci-dessous présentent les demandes globales et les offres globales sur le marché des cornets de glace.

Prix d'un cornet de glace	Marie	+	Olivier	=	Marché
0,00 €	12		7		19
0,50	10		6		16
1,00	8		5		13
1,50	6		4		10
2,00	4		3		7
2,50	2		2		4
3,00	0		1		1

Prix d'un cornet de glace	Häagen	+	Dasz	=	Marché
0,00 €	0		0		0
0,50	0		0		0
1,00	1		0		1
1,50	2		2		4
2,00	3		4		7
2,50	4		6		10
3,00	5		8		13

Mankiew et Taylor, *Principes de l'économie*, adaptation européenne, 2010



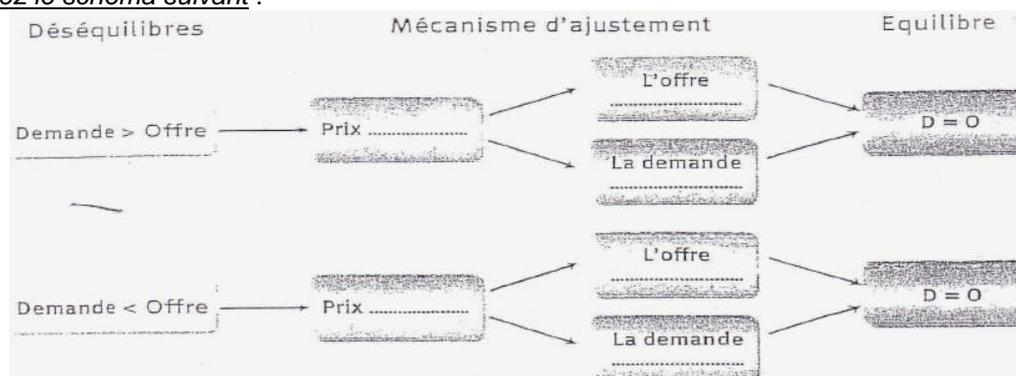
Q1 Le point d'intersection a pour coordonnées

Q2 Cochez les bonnes réponses :

- Pour un prix de 3 euros,  la demande  l'offre est supérieure à la demande  l'offre . Par conséquent, le marché est en situation  d'excès  de pénurie d'offre. Pour atteindre l'équilibre, il faut que le prix  augmentation  diminution. En effet, une  augmentation  diminution de celui-ci générera une hausse de la  demande  l'offre. A l'équilibre, on aura ainsi demande = offre.

- Pour un prix de 1 euro,  la demande  l'offre est supérieure à  la demande  l'offre. Par conséquent le marché est en situation  d'excès  de pénurie de demande. Pour atteindre l'équilibre, il faut que le prix  augmente  baisse. En effet, une  augmentation  diminution de celui-ci générera une baisse de  la demande  l'offre ainsi qu'une augmentation de  la demande  l'offre. A l'équilibre, on aura ainsi demande = offre.

15- Complétez le schéma suivant :



La théorie libérale suppose une parfaite flexibilité des prix. Si tous les prix sont parfaitement flexibles sur tous les marchés, il ne peut y avoir de déséquilibre durable dans l'économie. Toute divergence entre l'offre et la demande est corrigée rapidement par une variation des prix ; tout écart entre l'offre et la demande de travail (donc tout chômage) est éliminé par un ajustement des salaires ; tout déséquilibre entre les capacités et les besoins de financement est résorbé par des mouvements de taux d'intérêt. [...]

Jacques Généreux, *Introduction à la politique économique*, Seuil, 1999

Q1 Quelle hypothèse doit être validée pour que les raisonnements du schéma précédent fonctionnent ?

**Définition : L'équilibre de marché** est une situation dans laquelle le prix atteint un niveau tel que l'offre est égale à la demande. On est ainsi en présence d'un prix qui d'équilibre les quantités offertes et les quantités demandées.

**16- Déplacement des courbes**

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.

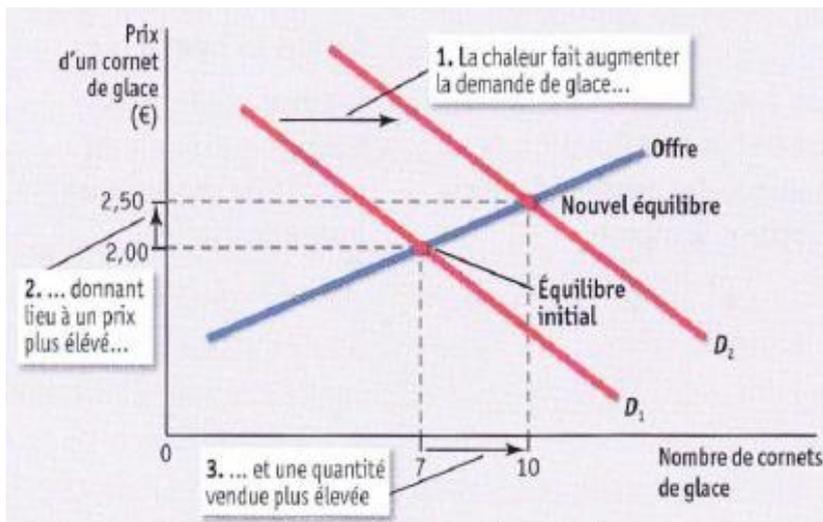
1. La chaleur affecte la courbe de demande en modifiant les préférences des individus pour la crème glacée. En fait, la météo change la quantité de glaces qu'ils souhaitent acheter à un prix donné. La courbe d'offre ne change pas car la météo n'influence pas directement les firmes qui vendent des glaces.

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*, 1<sup>re</sup> édition, De Boeck Université, 2010.



Q1 Le comportement des consommateurs est-il rationnel ?

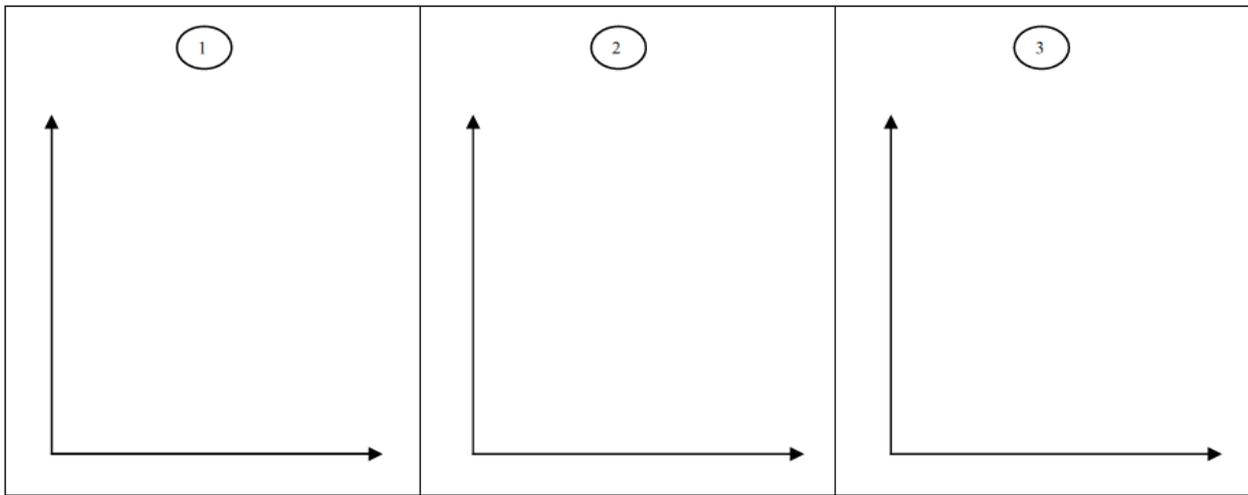
Q2 Comment se déplacerait la demande de glace et quel serait l'impact sur le prix pour les événements suivants :

- une campagne publique contre les sucres ?
- un rajeunissement de la population ?
- une hausse du prix des granitas ?

Q3 Représentez graphiquement les cas 1, 2 et 3 du tableau ci-dessous et aboutissez à la même conclusion. Assurez-vous que vous pouvez expliquer graphiquement les autres cases du tableau.

P = prix et Q = quantités	L'offre ne change pas	L'offre augmente	L'offre diminue
La demande ne change pas	P inchangé Q inchangé	P diminue Q augmente (1)	P augmente Q diminue
La demande augmente	P augmente Q augmente	P ambigu Q augmente	P augmente Q ambigu (3)
La demande diminue	P diminue Q diminue (2)	P diminue Q ambigu	P ambigu Q diminue

Mankiw et Taylor, *Principes de l'économie*, 2010



### 17- Le surplus du consommateur et du producteur

[Le surplus du consommateur est] l'écart entre le prix qu'il a payé pour se procurer un bien et le maximum qu'il était prêt à payer pour ce bien. [...] Le surplus du producteur ou du vendeur est une notion similaire. Pour le producteur il y a un prix en dessous duquel il n'est pas prêt à vendre [...] dans le cas d'un marché en concurrence pure et parfaite. [...] Le surplus total du marché représente la somme du surplus de tous les consommateurs et celui du surplus de tous les producteurs.

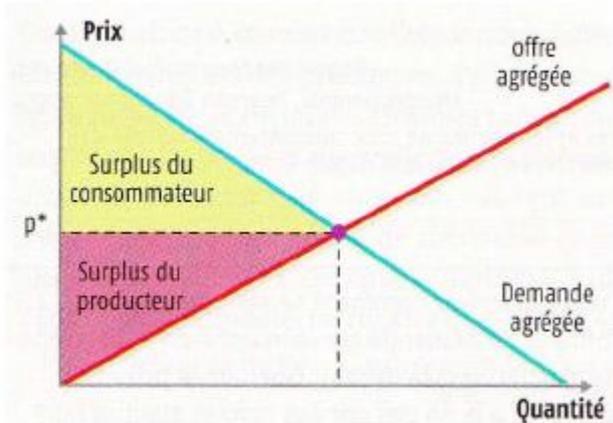
Ce surplus collectif joue un rôle fondamental en économie, car il est une mesure de l'efficacité du marché et du bénéfice que

les agents en retirent. [...] Si personne ne faisait de transaction, le surplus du marché serait de zéro. Inversement, dès lors qu'il y a échange, il y aura un surplus positif. Le triangle total sera le bénéfice total de l'échange sur ce marché. [...] Le prix d'équilibre sera le prix qui assure le maximum de surplus collectif dans l'économie. Cette propriété très importante signifie par contradiction que toute intervention directe sur les prix ou sur les quantités produites pourra faire, au mieux, aussi bien que le marché et la plupart du temps, strictement moins bien.

Étienne Wasmer, *Principes de microéconomie*, Pearson, 2010.

### 18- Le surplus collectif

#### Surplus collectif ou total à l'équilibre



Q1 Qu'est-ce que le surplus du consommateur ?

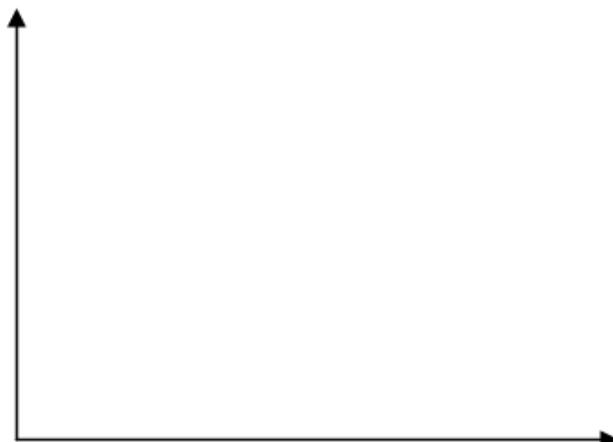
Q2 Admettons que vous soyez prêt à payer 500\$ pour l'iPhone4S. Sachant que celui-ci est vendu au prix de 399\$, quel est votre surplus ?

Q3 Qu'est-ce que le surplus du producteur ?

Q4 Vous êtes un producteur de lait et vous souhaitez vendre votre production à 0.30 euro le litre. Sachant que le prix du marché est de 0.35 euro le litre, quel est votre surplus ?

Q5 Qu'est-ce que le surplus de la collectivité (consommateur + producteur) ?

Q6 Imaginons que le prix soit réglementairement fixé en-dessous du prix d'équilibre, comment évolue le surplus du consommateur ? le surplus du producteur ? le surplus de la collectivité ? Faites un graphique pour vous aider.



**Définition :** le **surplus du consommateur** est la différence entre le prix auquel l'acheteur est prêt à payer et le prix du marché. Mankiw considère que le surplus du consommateur mesure l'avantage que les consommateurs retirent d'un bien, tel que ces consommateurs le perçoivent eux-mêmes. Le **surplus du producteur** est la différence entre le prix de vente et le prix auquel le vendeur est prêt à vendre. La somme des surplus (consommateur + producteur) correspond au surplus de la collectivité. Cela permet de mesurer les **gains à l'échange**.

## 19- L'équilibre comme résultat d'une main invisible

Les classiques sont des partisans indéterminés du libéralisme économique. C'est à Adam Smith qu'on doit la célèbre métaphore de la « main invisible » selon laquelle les individus, mus exclusivement par leur intérêt personnel, se comportent sur un marché concurrentiel dans un sens conforme à la prospérité générale. [...] Derrière cette métaphore, se trouve l'idée que la recherche du gain amène les entreprises à produire les marchandises que recherchent les consommateurs, et cela au meilleur prix, donc en utilisant les combinaisons techniques les plus efficaces. Mais ces bienfaits ne peuvent se réaliser pleinement que si l'économie est soumise à un régime de libre concurrence. [...] L'État, ne devant pas

interférer avec le mécanisme autorégulateur du marché, a donc un rôle économique restreint. [...] La théorie classique de la main invisible constitue, aujourd'hui encore, la base de la pensée économique libérale : elle contient en effet l'idée que l'articulation des intérêts individuels, soumis à la pression de la concurrence, assure de façon efficace la régulation des processus économiques à l'échelle sociale, les prix jouant le rôle de « signaux » orientant les décisions des producteurs dans un sens conforme aux besoins des consommateurs.

Jean BONCŒUR, Hervé THOUËMENT,  
*Histoire des idées économiques*,  
t. 1 : de Platon à Marx, Armand Colin, 2004.

Q1 Qu'est-ce que la main invisible ?

**Définition :** l'allocation des ressources est le fait de répartir les ressources rares (par exemple le travail, le capital, etc.) entre des usages alternatifs.

Q2 Montrez que l'on ne peut atteindre l'équilibre de marché qu'à certaines conditions.

### 2) L'existence de situations de rationnement

## 20- Un prix fixé à un autre niveau que celui qui équilibre le marché

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).

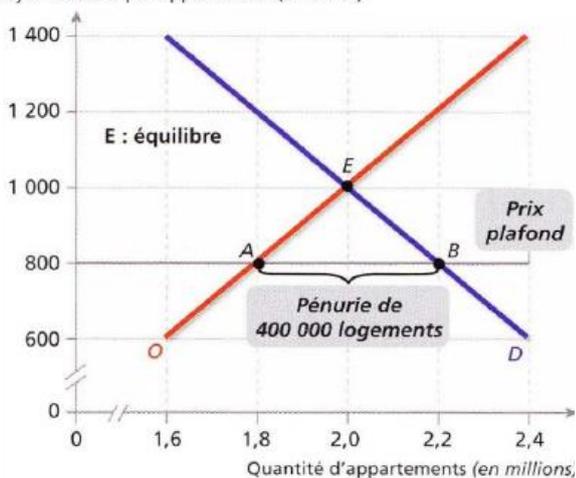
Pascal Combemale, *La loi de l'offre et de la demande*, Cahiers Français n° 315, 2006

Q1 Qu'est-ce qu'un prix-plafond ? un prix-plancher ?

Q2 Comment l'intervention publique va-t-elle empêcher l'obtention de l'équilibre de marché ?

## 21- Exemple des loyers

Loyer mensuel par appartement (en euros)



Source : Paul Krugman, Robin Wells, *Microéconomie*, De Boeck, 2009.

Q1 Pourquoi le gouvernement a-t-il décidé de plafonner les loyers ?

Q2 Quelle est la conséquence négative du plafonnement des loyers ?

Q3 Cherchez un exemple de prix plancher.

Imaginons que, soucieux de permettre aux ménages modestes de se loger en ville, le gouvernement fixe à 800 € le loyer maximum autorisé. À ce prix, les propriétaires ne souhaitent offrir que 1,8 million d'appartements, mais les locataires souhaitent louer 2,2 millions d'appartements. Le contrôle des loyers a engendré une pénurie de 400 000 logements.

Faute de pouvoir augmenter les loyers, les propriétaires profitent de la situation pour réduire les dépenses d'entretien. Les logements se dégradent. Comme certains locataires sont disposés à payer davantage pour obtenir l'appartement convoité, les propriétaires en profitent pour demander des « droits d'entrées » ou des « dépôts de garantie » de plusieurs milliers d'euros... Chassé par la porte, le marché revient alors par la fenêtre.

Quand l'ajustement des prix ne permet pas de résoudre l'excès de demande, il en résulte une « mauvaise » allocation des ressources. Des ménages, qui avaient vraiment besoin d'un logement en ville, et auraient été prêts à payer plus cher, en sont privés. Les locataires en place hésitent à déménager parce que trouver un autre appartement est devenu trop difficile.

D'après Paul Krugman et Robin Wells, *Microéconomie*, De Boeck, 2009.

**Définition** : le **rationnement** est une situation de marché dans laquelle les prix ne peuvent pas se fixer librement par confrontation de l'offre et de la demande. Ceci s'explique par **l'intervention des pouvoirs publics** qui faussent les règles du jeu et génère une pénurie (plafonnement des loyers) ou un excès (chômage et SMIC). Quand la demande est insuffisante, on dit que **l'offre est rationnée** (situation d'excès dans le cas d'un prix plancher). Inversement, quand l'offre est insuffisante, on dit que la **demande est rationnée** (situation de pénurie dans le cas d'un prix plafond).

### 21- Complétez en cochant les cases adéquates

Quelquefois, il n'est pas possible d'atteindre l'équilibre par exemple s'il existe un  prix-plancher  prix-plafond i.e. un prix en-dessous duquel les prix ne peuvent pas descendre (exemple du SMIC, 9,43 euros bruts de l'heure au 1er janvier 2014, seuil minimal en-dessous duquel un salarié ne peut être rémunéré). Dans ce cas, le marché reste en situation  d'excès  de pénurie d'offre. A noter que le  prix-plancher  prix-plafond est nécessairement placé au-dessus du prix d'équilibre : en effet, le situer en-dessous du prix d'équilibre ne servirait à rien car l'équilibre serait nécessairement atteint et le  prix plancher  prix-plafond serait donc inutile.

Quelquefois, il n'est pas possible d'atteindre l'équilibre par exemple s'il existe un  prix-plancher  prix-plafond i.e. un prix au-dessus duquel les prix ne peuvent pas monter (exemple de loyers plafonnés dans le secteur privé permettant de bénéficier, pour les bailleurs, de déduction d'impôts et permettant à des individus aux moindres ressources, de pouvoir se loger). Dans ce cas, le marché reste en situation  d'excès  de pénurie de demande. A noter que le  prix-plancher  prix-plafond est nécessairement placé en-dessous du prix d'équilibre : en effet, le situer au-dessus du prix d'équilibre ne servirait à rien car l'équilibre serait nécessairement atteint et le  prix-plancher  prix-plafond serait donc inutile.

### Synthèse :

Bien qu'extrêmement simplificateur, ce modèle du marché concurrentiel a une valeur explicative. Il repose sur un certain nombre d'hypothèses : pas de recours à la force, rationalité des agents économiques, demande et offres agrégées, flexibilité des prix, pas d'obstacles à l'obtention d'un équilibre, etc.) et sur la loi de l'offre et de la demande. Il permet ainsi de comprendre les variations du prix d'un produit du fait de modifications des conditions d'offre ou de demande.

Ce modèle présente aussi une utilité en matière de prévision, puisqu'il permet d'anticiper les réactions des consommateurs aux changements d'incitations, notamment en matière de fiscalité et par le biais de la réglementation (intervention des pouvoirs publics). C'est ainsi qu'une baisse des taxes répercutée sur le prix de vente (baisse de la TVA dans la restauration) ou un système de prime (bonus pour l'acquisition d'un véhicule propre) aura tendance à stimuler la demande, de même qu'une hausse des taxes, si elle est répercutée sur le prix de vente, aura tendance à la freiner. Ces effets sont bien évidemment dépendants de l'élasticité-prix de la demande donc sont plus ou moins forts selon les produits.

De plus, la représentation graphique permet de visualiser le rationnement de l'offre si, pour une raison ou pour une autre, le prix est fixé à un niveau supérieur à celui qui équilibre le marché (prix plancher dans le cas du salaire minimum, SMIC), et à l'inverse le rationnement de la demande si ce même prix s'avère inférieur au prix du marché (prix plafond dans le cas des loyers réglementés).

En outre, la compréhension des mécanismes du marché et de la formation des prix est également indispensable pour répondre aux questions touchant au problème économique de l'allocation des ressources : dans le modèle du marché concurrentiel, ce sont les prix qui orientent les ressources vers les secteurs où la demande est forte et qui indiquent aux producteurs quelle combinaison de facteurs choisir (allocation optimale des ressources).

Enfin, la notion de surplus (consommateur, producteur, collectivité) permet également de visualiser et même de mesurer graphiquement les gains de l'échange pour les participants ainsi que leur partage entre consommateurs et producteurs.