

- Partie 1 : Les grandes questions que se posent les économistes -

Comment satisfaire ses besoins alors que les ressources sont limitées ?

Marine Quinton, Académie de Reims

Notions du programme	Notions complémentaires
Rareté, coût d'opportunité, modèle, utilité, contrainte budgétaire, prix relatif Echange marchand, spécialisation, gain à l'échange	Utilité marginale Echange non marchand, avantage absolu, avantage comparatif, division du travail, compétitivité des entreprises

<p>Plan :</p> <p>1. Faire des choix sous contrainte Introduction : la nécessité de faire des choix 1.1 Des Choix sous contraintes 1.2 Choix et coût d'opportunité 1.3 L'impact d'une variation des prix sur les choix des agents économiques</p> <p>2. Acheter aux autres plutôt que faire soi-même 2.1. Les échanges sont sources de gains</p> <p>2.2. Tous gagnant dans l'échange ?</p>	<p>Objectifs : (Etre capable de...)</p> <p>- définir rareté, coût d'opportunité, modèle, utilité, contrainte budgétaire, prix relatif, modèle - d'illustrer par des exemples : subjectivité des choix, coût d'opportunité</p> <p>- distinguer échange marchand / non marchand - définir spécialisation, gain à l'échange - de donner 2 exemples de répartition inéquitable des gains à l'échange - De montrer les avantages du développement des échanges (compétitivité des entreprises, variété des biens et services)</p>
---	---

Problématiques :

Quels sont les facteurs qui pèsent sur les choix des individus ?

Il s'agit d'initier les élèves au raisonnement économique en leur montrant que ce dernier repose sur une modélisation particulière qui n'est pas exclusive d'autres approches (étudiées plus tard).

1. Faire des choix sous contrainte

Introduction : la nécessité de faire des choix

L'analyse économique aborde les comportements humains d'un point de vue spécifique : elle étudie comment s'opèrent les choix des individus dans un contexte marqué par une limitation des ressources utilisables (problème de la rareté).

Comment la théorie économique modélise-t-elle le raisonnement que les agents suivent pour choisir entre différentes possibilités?

- Exemple 1 : Cas de la sécheresse de cette année en France : qui doit limiter sa consommation d'eau ? Les agriculteurs ? Les propriétaires de terrains de golf ? Les ménages ?
- Exemple 2: Pour réaliser une production donnée, une entreprise doit-elle utiliser plus de **main d'œuvre** ou plus de **machines** ?
- Exemple 3: Une municipalité dispose d'un **terrain dans la ville** : doit-elle le vendre à un promoteur pour construire des immeubles ou l'utiliser pour créer un jardin municipal ?
- Exemple 4 : La consommation des ménages. Le revenu et le prix des biens et services limitent la capacité de consommation. Les ménages disposent d'un budget limité pour consommer et doivent donc faire des choix, arbitrer entre différentes opportunités. Pour un budget donné, ils peuvent acheter plus ou moins de biens et services en fonction du prix de ces derniers, mais il existe toujours une contrainte sur le montant de la dépense totale qu'ils peuvent effectuer. Comment effectuent-ils leur choix ?

Eau, MO, machine, terrain en ville... = Ressources rares → Nécessité de faire des choix
Rareté : situation marquée par un déséquilibre entre les ressources disponibles et les quantités que les agents économiques souhaitent utiliser

La rareté est considérée comme l'objet d'étude de la science économique. On considère que les hommes ont des besoins illimités et des ressources limitées.

La science économique est l'étude de la façon dont les sociétés utilisent des ressources rares pour produire des biens et les répartir entre les individus.

D'où les questions posées par les économistes :

- Que produire ? En quelle quantité ?
- Comment produire ?
- Pour quoi produire ? Comment répartir les richesses produites ?

1.1 Des Choix sous contraintes



À partir de ces deux photos, quelles sont les contraintes auxquelles la plupart des agents économiques doivent faire face pour satisfaire leurs besoins ?

Contraintes financières

Activité 1: Choix de consommation et contrainte budgétaire

Sophie dispose d'un budget de 100 euros qu'elle a décidé de consacrer à sa consommation. Elle a le choix entre deux types de biens : des CD à 10 euros l'unité ou des DVD à 20 euros l'unité.

1/ Combien peut-elle acheter au maximum de CD si elle n'achète aucun DVD ?

Combien peut-elle acheter au maximum de DVD si elle n'achète aucun CD ?

Sophie peut acheter au maximum 10 CD (dépense égale à 100 euros)

Sophie peut acheter au maximum 5 DVD (dépense égale à 100 euros)

10 CD et 0 DVD ainsi que 5 DVD et 0 DVD sont deux combinaisons possibles de biens, deux combinaisons qu'elle peut acheter compte tenu de son budget

2/ Donner deux autres exemples de choix possibles (combinaisons de biens)

6 CD et 1 DVD (dépense totale 90 euros)

4 DVD et 2 CD (dépense totale 100 euros)

3/ Déterminer l'expression de la dépense totale en fonction des quantités achetées de chaque bien. A quel montant cette dépense doit-elle être inférieure ou égale ?

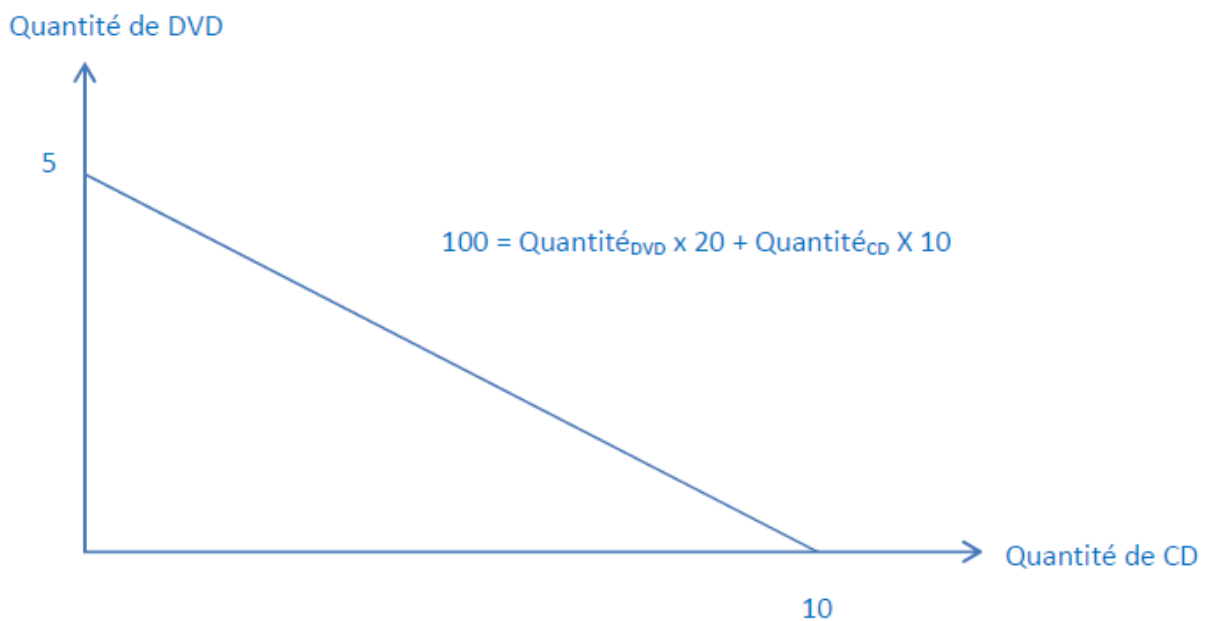
Dépense totale = Quantité DVD \times 20 + Quantité CD \times 10

La dépense totale doit être inférieure ou égale à 100 euros.

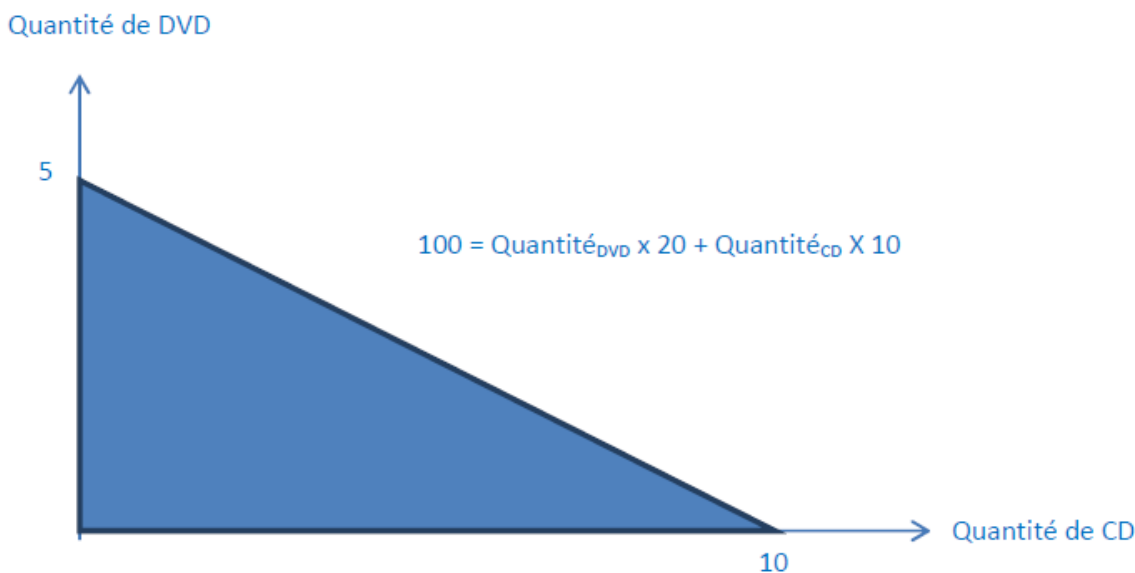
On parle de contrainte budgétaire. Un individu ne peut pas dépenser plus que le budget dont il dispose.

Contrainte budgétaire : Montant maximum qu'un agent économique peut consacrer à un projet déterminé (achats de biens de consommation, dépenses d'un entrepreneur)

4/ Dans un repère où la quantité de CD est notée en abscisse et où la quantité de DVD est notée en ordonnée, tracer la droite représentant la contrainte budgétaire (appelée aussi droite de budget)



5/ Identifier sur le graphique l'ensemble des choix possibles pour Sophie
L'ensemble des choix possibles se situe dans le triangle bleu. Il représente toutes les combinaisons de biens qu'elle peut acheter



Dans la théorie économique, on fait l'hypothèse que les individus choisissent, dans l'ensemble des options possibles, la combinaison de biens qui leur procurent la satisfaction la plus grande. On dit qu'ils **maximisent leur utilité sous contrainte de leur budget**.

Utilité : satisfaction qu'un agent retire d'une situation (par exemple la consommation de biens et services)

1.2 Choix et coût d'opportunité

Activité 2 : Choix de consommation, coût d'opportunité et utilité marginale

1/ Comparez les différentes combinaisons auxquelles Sophie a accès. Sans connaître les préférences de Sophie en matière de CD et de DVD, y a-t-il des combinaisons dont on sait qu'elles ne seront pas choisies par Sophie ?

Comparaison entre deux combinaisons accessibles : 1 DVD et 7 CD (dépense totale 90 euros) et 1 DVD et 8 CD (dépense totale 100 euros).

Quelles que soient les préférences de Sophie en matière de film ou de musique, si l'on suppose que Sophie retire un plaisir, même petit, à la possession d'un CD ou d'un DVD supplémentaire, elle préférera toujours avoir 8 CD plutôt que 7 sachant que dans les deux cas le nombre de DVD reste le même. Sophie va donc toujours choisir une combinaison qui épuise son budget car sinon elle pourrait avoir accès à une combinaison objectivement préférable. On peut donc éliminer a priori tous les choix qui ne se situent pas sur la droite de budget car ils impliquent une dépense totale inférieure au budget dont elle dispose.

Le choix d'une combinaison spécifique sur la droite de budget dépend des préférences de Sophie. En fonction de son goût plus ou moins marqué pour la musique ou les films, elle choisira une combinaison qui comporte plus ou moins de DVD. Un individu ayant des goûts différents de ceux de Sophie choisirait une combinaison différente pour un même budget et des prix identiques. Idée de la subjectivité des goûts.

Question 2 : Supposons que Sophie, fan de musique, envisage dans un premier temps de dépenser tout son argent en CD. Elle hésite et se demande s'il ne serait pas mieux d'acheter un DVD. A combien de CD doit-elle renoncer si elle veut avoir un DVD ?

Sophie doit renoncer à deux CD pour avoir un DVD.

Notion de **coût d'opportunité**. Ce à quoi on renonce quand on fait un choix (un DVD de plus mais 2 CD de moins). Notion très importante pour les économistes. Pour comprendre les choix d'un individu, il ne faut pas uniquement s'intéresser à l'option choisie mais aussi aux options auxquelles l'individu a renoncé en faisant ce choix.

3/ Dans quel cas Sophie accepterait-elle de modifier son choix initial ?

Sophie acceptera de renoncer à deux CD si la satisfaction liée à l'obtention d'un DVD supplémentaire est supérieure à la perte de plaisir liée à la cession de 2 CD.

1.3. L'impact d'une variation des prix sur les choix des agents économiques

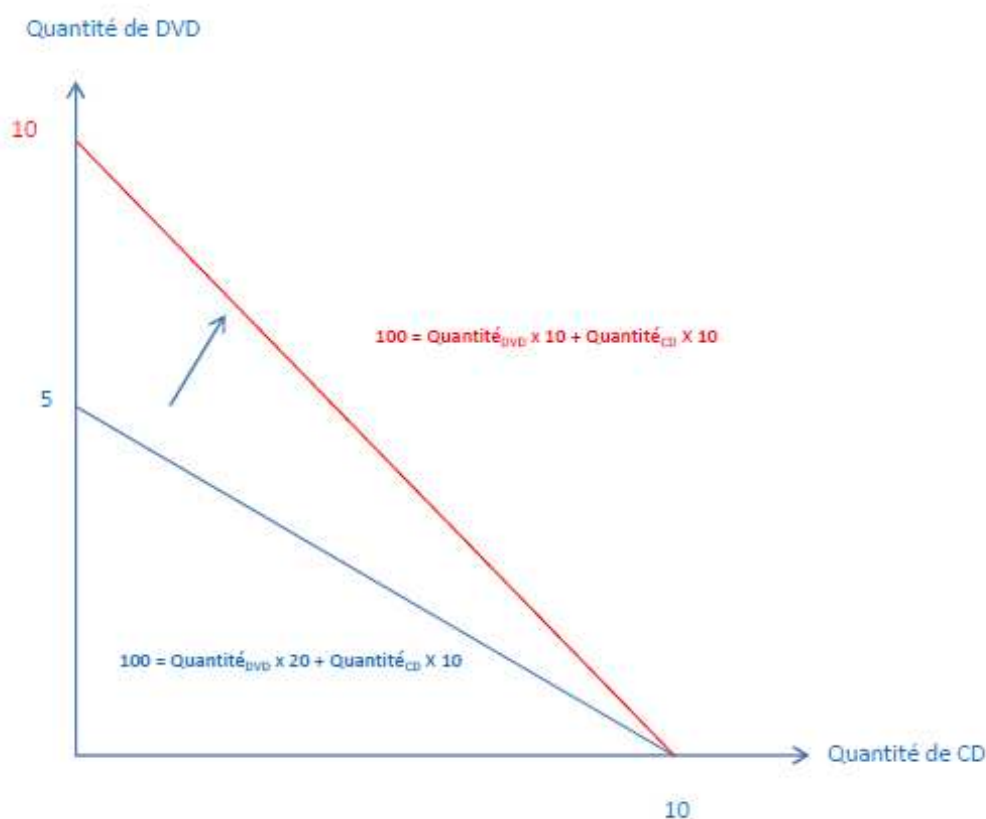
Comment les prix influencent-ils les choix des individus ?

Activité 4: Prix relatif et choix de consommation

Reprenons l'exemple de Sophie. Supposons que le magasin vendant les DVD décide de faire une promotion sur les DVD et les propose à présent au prix de 10 euros l'unité.

1/ Ecrivez l'expression de la nouvelle contrainte budgétaire et tracer la nouvelle droite de budget sur le même graphique que précédemment mais en utilisant une autre couleur.

La nouvelle contrainte budgétaire : $100 \geq \text{Quantité}_{\text{DVD}} \times 10 + \text{Quantité}_{\text{CD}} \times 10$



2/ Quel impact cette modification du prix des CD a-t-elle eu sur les possibilités de choix de Sophie ?

Sophie a plus de choix. Triangle des possibilités est plus grand. Du fait d'une baisse des prix des DVD, l'individu a accès à de nouvelles combinaisons de biens.

3/ Comparez les différentes combinaisons qui se trouvent sur la droite de budget tracée pour un prix des DVD égal à 10 euros à celles qui se trouvent sur la droite de budget tracée pour un prix des DVD égal à 20 euros.

Pour une quantité de CD donnée, l'individu peut toujours acheter plus de DVD quand leur prix est égal à 10 que quand il est égal à 20. Combinaisons plus avantageuses pour l'individu.

4/ Partant d'une combinaison donnée, à combien de CD Sophie doit-elle à présent renoncer pour avoir un DVD en plus ?

1 CD. Sophie doit renoncer à moins de CD pour avoir un DVD en plus

5/ Comparez le prix des CD par rapport aux DVD dans la situation 1 puis dans la situation 2.

Comparaison des rapports de prix :

Situation 1 : $10/20 = 1/2$

Situation 2 : $10/10 = 1$

Le CD est relativement plus cher dans la situation 2 que dans la situation 1.

Notion de prix relatif : prix d'un bien par rapport au prix d'un autre bien. Rapport de deux prix. Dans notre cas le prix relatif du CD au augmenté (baisse du prix relatif du DVD)

Prix nominal: prix courant d'un bien (« lu sur l'étiquette »)

Prix relatif : le prix relatif d'un bien A par rapport à un bien B désigne le rapport entre les prix nominaux des deux biens

6/ L'évolution du prix relatif du CD par rapport au prix du DVD va-t-il avoir un impact sur les choix de consommation de Sophie ?

Oui. La hausse du prix relatif des CD rend plus intéressant qu'avant l'achat de DVD.

Attention : le lien entre prix relatif et choix de consommation n'est pas fixe. Le prix relatif joue un rôle important dans les choix de consommation et la variation du prix relatif d'un bien va modifier les choix de consommation mais la façon dont il joue dépend des goûts de chacun. En général, la hausse du prix relatif d'un bien conduit les agents à acheter moins de ce bien mais ce n'est pas toujours le cas. Par exemple, si Sophie est fan de musique et n'est que peu intéressée par l'achat d'un DVD supplémentaire, elle peut aussi se servir de la baisse du prix des DVD pour acheter un CD de plus (et donc avoir avec ses 100 euros, 1DVD et 9

CD). Elle ne va donc pas forcément acheter plus de DVD parce que le prix relatif des DVD a baissé. Sa réaction dépend de ses préférences.

Le raisonnement que l'on a présente ici pour les choix de consommation des ménages entre 2 biens peut être généralisé aux choix de plusieurs biens et s'applique dans de nombreux domaines.

Les économistes supposent que **les agents sont en permanence confrontés à des situations dans lesquelles ils doivent faire des choix sous contraintes** et font l'hypothèse que les agents effectuent ces choix en suivant **un principe de maximisation** (de l'utilité pour les consommateurs, du profit pour les entrepreneurs, etc.) Dans cette optique, les choix des agents sont effectués en suivant une **analyse coût-avantage**.

La perspective sociologique adopte un point de vue très différent pour analyser les choix des individus. Par exemple, pour étudier les choix de consommation des ménages, les théories sociologiques vont s'intéresser notamment à la façon dont les choix sont influencés par les normes sociales, les effets de mode, etc. Les points de vue de l'économiste et du sociologue sont complémentaires.

Activité 5 : Synthèse

A partir du travail que nous venons de faire, retrouvez le vocabulaire adéquat pour compléter le texte ci-joint.

Du fait de la des ressources, les individus doivent faire des choix. Ces choix s'effectuent toujours sous, toutes les options n'étant pas possibles. Dans le cas des choix de consommation des ménages, le montant de la..... des ménages ne doit pas dépasser le montant de leur On dit qu'ils font face à une..... Dans la limite de ce qui leur est accessible, les individus optent pour le choix qui maximise leur Pour évaluer si une option est intéressante pour eux ou pas, les individus s'intéressent à l'utilité qu'il retirerait s'il optait pour cette option mais s'intéressent aussi à ce à quoi ils renoncent en choisissant cette option : le d'une option joue un rôle central dans la détermination du choix d'un individu. Un individu va décider de consommer une unité supplémentaire d'un bien si qu'il retire de la consommation d'une unité supplémentaire de ce bien est à l'utilité qu'il perd en renonçant à une certaine quantité d'autres biens. Pour déterminer leurs choix de consommation, les agents économiques ne s'intéressent pas seulement aux des biens et services ; ils accordent aussi une grande importance à leurs.....

Point méthode : LES MODELES

Nous venons d'étudier un problème économique (comment les individus effectuent-ils des choix ?) en le modélisant.

Un **modèle** est une **représentation simplifiée de la réalité** utilisée pour **mieux comprendre** les situations réelles.

Pour ce faire l'économiste a deux choix :

- créer de toute pièce une économie « miniature » pour pouvoir « tester » toute une série de lois économiques et tenter de les valider ou de les invalider par l'expérience... mais on imagine à quel point cela serait coûteux et difficilement réalisable !
- simuler le fonctionnement d'une économie sur un ordinateur à partir d'une « maquette » idéale de l'économie que l'économiste aura au préalable réalisé.

C'est ce deuxième choix qui a été retenu par les économistes.

Un modèle est donc en premier lieu une « maquette » de l'économie, qui tente de reproduire à une échelle plus réduite le fonctionnement réel de l'économie. Pour cela, il faut donc bien « simplifier » cette réalité, en garder les traits les plus importants, et oublier l'accessoire, comme on le fait lorsque l'on réalise une vraie maquette. Un « modèle » n'est donc pas une représentation parfaite de la réalité, mais une représentation schématisée, idéalisée, simplifiée, qui a pour ambition d'en montrer les principaux aspects afin de mieux les comprendre et les analyser... en laissant de côté les détails inutiles ou secondaires.

Pour cela, les économistes vont « modéliser » les comportements des individus en utilisant l'outil mathématique.

2 Acheter aux autres plutôt que faire soi-même



Pourquoi acheter son pain à la boulangerie alors qu'il est possible de faire son propre pain très facilement ?

2.1. Les échanges sont sources de gains

Un **échange** est une transaction volontaire entre deux agents, dans laquelle chacun cède à l'autre une chose en contrepartie d'une autre. Son caractère volontaire distingue l'échange de transactions forcées, comme l'impôt, l'amende, le tribut, le racket, la corvée ou le travail forcé.

Activité 5 : Les échanges

Daniel Moreau, 39 ans, ouvrier à l'usine de M., vit seul. Sa sœur Joëlle, célibataire sans enfants, vit dans l'immeuble HLM d'en face ; elle est chômeuse de longue durée et héberge pour des périodes longues l'un ou l'autre de ses douze frères et sœurs. Daniel, plutôt que de recourir au pressing, donne son linge à laver à Joëlle ; en échange, il lui « paie » ce service 100 F chaque fois qu'il y a recours (soit quatre fois plus cher que s'il s'adressait à une blanchisserie). Il s'en explique : donner à Joëlle de l'argent sans motif (sans prétexte), ce serait la vexer ; il a trouvé ce subterfuge pour l'aider sans l'humilier. Tout le monde y trouve son compte. L'évaluation du contre-transfert est fonction des besoins de Joëlle, et non du prix du service marchand (environ 25 F) ».

Florence Weber, *Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles*, Genèses, 41, décembre 2000

1/ A quoi s'oppose l'échange ?

Au don : aucune contrepartie n'est exigible, lors même qu'un don est souvent suivi d'un contre-don (ex : si vos voisins vous ont invité à dîner, vous vous sentez obligés de les inviter en retour)

Le donateur abandonne un bien, tout droit sur ce bien, ainsi que tout droit pouvant émaner de sa cession. Dans l'échange, au contraire, chacun des échangistes se trouve en droit d'exiger la contrepartie. C'est même ce droit qui définit l'échange

Un **don** est une cession de bien :

1° qui implique la renonciation à tout droit sur ce bien ainsi qu'à tout droit qui pourrait émaner de cette cession, en particulier celui d'exiger quoi que ce soit en contrepartie,

2° qui n'est elle-même pas exigible.

Echange marchand : l'objet échangé est une marchandise, ie : un objet dont l'échange dépend seulement des termes de l'échange (le prix, le fait de trouver un acquéreur, etc).
Le rapport entre les personnes se résume à cette considération unique : « Combien ? ».

L'acheteur ne veut que la marchandise qu'il demande, et le vendeur ne veut que la contrepartie de la marchandise qu'il offre.

Tout échange de marchandises, ou encore tout échange dans lequel les échangistes n'ont pas besoin d'entretenir entre eux d'autre rapport que celui de l'échange, c'est-à-dire encore un échange qui n'est pas intrinsèquement lié ni conditionné par un autre rapport entre les protagonistes.

2/ En quoi l'extrait ci-dessus ne présente-t-il pas un échange marchand ?

Dans cet exemple, l'échange prend bien la forme d'une transaction monétaire, mais il s'agit d'un échange non marchand, parce qu'il est médiatisé et déterminé par une relation personnelle entre les échangistes (ici, un lien de parenté).

Autre ex :

Une jeune femme découvre chez son ami un objet auquel il tient beaucoup mais qu'elle trouve très à son goût. A force de cajoleries, elle réussit à le convaincre de le lui céder à un « prix d'ami ». Il s'agit bien ici d'un échange, et même d'un échange monétaire, mais ce n'est pas un échange marchand.

3/ Le troc est-il un échange marchand ?

Oui dans la mesure où il ne repose que sur les termes de l'échange.

Echange non marchand : échange qui ne repose pas sur les termes de l'échange. Son prix ne dépend pas du marché.

Activité 6 : les individus échangent

La maxime de tout chef de famille prudent est de ne jamais essayer de faire chez soi la chose qui lui coûtera moins à acheter qu'à faire. Le tailleur ne cherche pas à faire ses souliers, mais il les achète au cordonnier ; le cordonnier ne tâche pas de faire ses habits, mais il a recours au tailleur ; le fermier ne s'essaye à faire ni les uns ni les autres, mais il s'adresse à ces deux artisans et les fait travailler. Il n'y en a pas un d'eux tous qui ne voie qu'il y va de son intérêt d'employer son industrie tout entière dans le genre de travail dans lequel il a quelque avantage sur ses voisins, et d'acheter toutes les autres choses dont il peut avoir besoin avec une partie du produit de cette industrie ou, ce qui est la même chose, avec le prix d'une partie de ce produit.

Ce qui est prudence dans la conduite de chaque famille en particulier ne peut guère être folie dans celle d'un grand royaume. Si un pays étranger peut nous fournir une marchandise à meilleur marché que nous ne sommes en état de le faire nous-mêmes, il vaut bien mieux que nous la lui achetions avec quelque partie du produit de notre propre industrie, employée dans le genre dans lequel nous avons quelque avantage.

Adam Smith, *Recherches sur la nature et les causes de la richesse des nations*, livre IV, chapitre 2, 1776

1/ Pourquoi, selon Adam Smith, les individus ont-ils intérêt à échanger entre eux ?

Intérêt à acheter ce que d'autres peuvent produire à moindre coût → Rppl coût d'opportunité

2/ Dans ces conditions, quelle peut-être la conséquence d'une « répartition de la production » ?

Chacun va se spécialiser dans une production/tâche particulière

Ex de la manufacture d'épingle : plus grande efficacité si chacun se spécialise dans une tâche particulière.

Selon A. Smith (1723-1790), les individus ont intérêt à ne pas tout produire eux même mais à échanger. Il parle **d'avantage absolu** pour décrire le fait qu'un producteur est capable de produire un bien à un coût inférieur aux autres. Ainsi, chacun a intérêt à se spécialiser dans la production où il a les coûts les plus faibles.

La **spécialisation** pour un individu est le fait d'exercer toujours la même activité professionnelle (=division du travail)

Smith montre que ce raisonnement est également applicable à l'échelle internationale. Ainsi, selon lui, les pays ont intérêt à se spécialiser dans la production où ils sont les plus efficaces.

Activité 7 : Les échanges sont sources de gains

La métaphore de Paul Samuelson dans *l'Economique* pour imager la théorie de Ricardo est célèbre: supposons qu'un brillant avocat envisage de recruter une secrétaire pour dactylographier rapport, courriers et autres documents qu'il doit produire à longueur de journée. Il auditionne 10 secrétaires dans la journée, chacune subissant un test de dactylographie. A son grand dam, il réalise que celles-ci sont moins performantes dans ce domaine que lui-même. La théorie de Smith dit qu'il n'y a aucune chance pour elles qu'elles puissent exercer leur métier, et que l'avocat devrait exercer en tant qu'avocat et en même temps s'occuper des tâches de dactylographie. Samuelson nous dit très justement, reprenant Ricardo, que comme l'avocat est incomparablement plus performant qu'un dactylo sur le plan du droit relativement à son écart de performance en matière de dactylo, il reste de leur intérêt commun que l'avocat embauche n'importe laquelle de ces secrétaires si cela lui permet de se consacrer à son domaine d'excellence, en l'occurrence le droit.

1/ Qui a un avantage absolu dans le métier d'avocat ? la dactylo ?

Dans les 2 cas c'est l'avocat qui est le plus performant pour effectuer ces tâches.

2/ Pourquoi l'avocat doit-il tout de même embaucher une secrétaire ?

Pour l'avocat : 1h de droit lui rapporte davantage qu'1h de secrétariat. Notion de coût d'opportunité

D'autre part, la secrétaire ne peut pas effectuer le travail d'avocat de manière aussi efficace que l'avocat.

Ainsi, l'avocat a logiquement intérêt à embaucher une secrétaire

L'échange est donc bénéfique pour les 2.

La métaphore de Samuelson (1915-2009) reprend la théorie de Ricardo (1772-1823) sur les **avantages comparatifs**. Même en l'absence d'avantages absolus, les pays (et les individus) ont intérêt à l'échange dès lors qu'ils se spécialisent dans la production de marchandise pour laquelle il détient un avantage comparatif le plus élevé ou le désavantage le plus faible.

Ainsi, il y a un **gain à l'échange**, c'est-à-dire un surplus lié à l'échange marchand de ce que l'on produit.

En effet, le surplus est plus important si la secrétaire effectue le travail dactylo plutôt que si l'avocat s'en occupe de lui-même.

2.2 Tous gagnants dans l'échange ?

Activité 7 : Des gains inégalement répartis

1/ Dans l'exemple de Samuelson (avocat et secrétaire), pourquoi peut-on dire que la répartition du gain est inégale ?

L'avocat et la secrétaire ne touche pas la même rémunération. Ainsi le surplus dégagé de l'échange entre les 2 individus n'est pas réparti également.

Une répartition égale des gains à l'échange ?

Spécialiste de la mondialisation, Krugman part d'une observation simple. Alors que les théories traditionnelles (dont les prémisses remontent aux avantages comparatifs de David Ricardo) voient dans le commerce international la nécessité pour les pays de profiter de leurs différences, le commerce mondial est largement dominé par l'échange de produits similaires entre pays voisins.

En introduisant des imperfections de marché, Krugman fournit des explications simples à ce trait dominant.

Il met en avant les gains associés à l'ouverture commerciale. Mais si l'abaissement des barrières commerciales doit être profitable à l'économie mondiale, la répartition des gains n'est pas nécessairement équitable : les économies les plus importantes ont plus de chances de tirer leur épingle du jeu et, au sein de chaque pays, les ajustements sectoriels peuvent pénaliser certains. La mondialisation n'est donc pas toujours heureuse. Ses analyses des politiques commerciales sont tout aussi nuancées : il a montré les gains à tirer d'une intervention publique en faveur des fleurons industriels nationaux en concurrence sur les marchés mondiaux...mais pour rappeler aussitôt que l'utilisation abusive du protectionnisme, qui favorise souvent quelques lobbys bien constitués, risque de faire davantage de mal que de bien.

G. Capelle-Blancard et M. Crozet, *Paul Krugman, un Nobel pragmatique*, La Tribune, 16 octobre 2008

1/ Que nous dit Paul Krugman concernant la nature des échanges mondiaux ?

Une grande part = échange de produits similaires entre pays voisins : **Commerce Intra-branche**

Ex : les voitures entre l'Allemagne et la France

2/ Comment expliquer ces échanges ?

2 raisons principales :

- Du point de vue du consommateur : attiré pour une variété croissante de produits (aussi bien en quantité, qu'en qualité)
En réalité : voitures allemandes et française : différence de gamme
- Du point de vue du producteur : recherche de positions monopolistiques
⇔ Cherchent à gagner des parts de marché grâce à des produits originaux, nouveaux, et qui recherchent surtout des positions de monopole (situation de concurrence monopolistique). Ce sont d'ailleurs les économies qui offrent le plus de produits diversifiés qui connaissent la meilleure croissance économique. => Compétitivité entre les entreprises

3/ Selon Paul Krugman, la répartition des gains de l'échange est-elle équitable ?
Précisez.

Non Krugman explique que la répartition de gains n'est pas équitable à deux niveaux :

- Entre les différentes économies : « les économies les plus importantes ont plus de chances de tirer leur épingle du jeu »
- Entre les agents économiques au sein même d'es pays : « ajustements sectoriels peuvent pénaliser certains »

Ex : La spécialisation dans les secteurs du haut de la chaîne de valeur au détriment de ceux du bas entraîne des licenciements dans cette dernière branche → Les fameuses délocalisations.

4/ Les pays ont-ils donc intérêt intervenir pour lutter contre cette répartition inégale ?

Oui et non :

Krugman explique que dans certains cas l'Etat peut soutenir certaines entreprises nationales sur les marchés.

Toutefois, cette intervention doit être modérée car souvent au service de lobbys (= groupes de pression)

Si l'existence de gains à l'échange semble désormais faire consensus, l'enjeu est désormais placé autour de la répartition des ces gains.

En effet de nombreux économistes et particulièrement Paul Krugman (1953-), prix Nobel d'économie, montre que cette répartition des gains n'est pas toujours équitable et ce à deux niveaux :

- Entre les pays
- Au sein même des pays

Ainsi il préconise une intervention des Etats qui doit toute fois restée modérée.

ANNEXE 1 : Compléments sur le don, l'échange marchand et l'échange non marchand, in le café pédagogique

<http://www.cafepedagogique.net/lemensuel/lenseignant/schumaines/ses/Pages/L'%C3%A9changeetledon.aspx>

L'échange et le don

A la suite de Mauss[1], des générations d'ethnologues ont opposé, d'un côté, les dons et les échanges dits « cérémoniels » et, de l'autre, les échanges marchands. Les premiers auraient pour but principal de renforcer les liens sociaux ou d'acquérir du prestige, et les seconds viseraient avant tout la possession des biens eux-mêmes. L'ennui, c'est qu'il est impossible, dans les faits, de distinguer clairement ces deux modes de transferts selon leurs fins. Dans l'exemple classique de la Kula, il est clair que le but n'est pas de renforcer les liens sociaux avec les partenaires : Malinowski montre bien que « c'est la chose que l'on veut, pour le prestige qui lui est attaché, pour la renommée que cela procure, parce qu'enfin cela témoignera du succès dans la kula et parce que le succès attire le succès. Ces buts, dira-t-on, sont sociaux. Certes, mais en va-t-il autrement dans l'achat d'une voiture décapotable ou d'une usine ? L'échange marchand ne se réduit pas à l'acquisition de fruits et de légumes sur le marché »[2].

Quant au prestige, il n'est pas l'apanage des échanges non marchands ou du don. Comme l'explique Adam Smith, la considération de nos semblables est également le mobile de l'activité économique: "C'est surtout par égard aux sentiments d'autrui que nous recherchons la fortune et fuyons l'indigence. Quel est en effet l'objet de tout ce labeur et de tout ce remuement qui se font ici-bas ? Quel est le but de l'avarice, de l'ambition, de la poursuite des richesses, du pouvoir, des distinctions ? (...) D'où naît cette ambition de s'élever qui tourmente toutes les classes de la société et quels sont donc les avantages que nous attendons de cette grande fin assignée à l'homme et que nous appelons l'amélioration de notre condition ? Nous n'en espérons d'autres avantages que d'être remarqués et considérés, rien que d'être regardés avec attention, avec sympathie et avec approbation. Il y va de notre vanité, non de nos aises ou de notre plaisir." [3]

Bref, il faut trouver une autre classification. A la bipartition maussienne – échange marchand // échanges cérémoniels et dons –, Alain Testart propose de substituer la tripartition: don // échange non marchand // échange marchand.

Il importe dans un premier temps de distinguer clairement le don de l'échange, et, dans un second temps, la forme marchande et la forme non marchande de l'échange.

1. Le don [4]

Dans le langage courant, on emploie souvent le verbe "donner" dans un sens très différent de « faire un don ». Alain Testart donne l'exemple suivant : « Hier, je suis allé chez le boucher, je ne savais pas quoi prendre, et j'ai fini par lui dire : "Donnez-moi donc un steak !" Et lui, m'a répondu : "Je vais vous donner de l'aiguillette, vous verrez, c'est extra !" Au moment de payer, je n'avais pas de monnaie et j'ai demandé à la caissière : "Je peux vous donner un billet de 50 euros ?" Et puis, après, on a parlé des impôts, sujet affectionné de tous les petits commerçants qui les jugent toujours excessifs, et mon boucher a tiré le mot de la conclusion en disant : "Tout ce qu'on leur donne, quand même !" »

Comme on voit, « donner » peut désigner bien d'autres transferts que le don : l'échange, l'impôt, etc. Il en va de même en anglais, où *to give* a un sens beaucoup plus large que *to make a gift*.

Aussi, imaginons qu'un ethnologue martien soit envoyé chez nous en mission de reconnaissance. A l'instar de bon nombre d'anthropologues, il n'a pas envie de s'embarrasser avec le droit et l'économie, et préfère observer des tranches de vie. Aussi, il aura sûrement relevé notre utilisation généreuse du verbe *donner* et ne manquera pas d'induire que le don revêt une très grande importance dans notre société. De retour chez les siens, il expliquera à qui veut l'entendre que notre société repose sur l'économie du don, que le commerce y est inconnu – pour preuve: « le boucher donne ses morceaux de viande et les clients font des contre-dons » ; de même que l'impôt, « puisque les contribuables se contentent de donner au fisc. »

Pour Alain Testart, c'est une erreur du même type qu'a fait l'anthropologie sociale à la suite de Marcel Mauss et de son *Essai sur le Don* (qu'il eut mieux valu, selon lui, appeler « *Essai sur le donner* » !). « Cette anthropologie a toujours confondu don et donner, pour la raison qu'elle n'a jamais eu une définition claire de ce qu'était un don ; en conséquence, (elle) a constamment eu tendance à surestimer l'importance du don dans les sociétés primitives ».

Qu'est-ce donc que le don ?

Le don s'oppose d'abord à l'échange. Ce qui les distingue, ce n'est pas l'absence de contrepartie – puisqu'un don amène couramment un contre-don. Ce n'est pas non plus l'absence d'obligation, puisque tout rapport social est assorti d'obligations sociales (*eg*, les attentes de rôle). Le don n'échappe pas à la règle : si vos voisins vous ont invité à dîner, vous vous sentez obligés de les inviter en retour... On pourrait dire que le don ne fait naître qu'une obligation morale, qu'il ne fait pas naître d'obligation juridique. Mais on se heurte ici à la grande difficulté qu'il y a à définir le juridique dans les sociétés primitives.

L'idée du juridique nous met cependant sur la voie. « Le propre d'une obligation juridique, en effet, est d'être exigible », et cela « par tous les moyens légitimes qui existent dans une société » -- le système judiciaire dans la société française, la vendetta dans les sociétés sans Etat. C'est sur le caractère exigible ou pas de la contrepartie que repose en définitive la différence entre le don et l'échange. « Dans le don, le donateur abandonne un bien, tout droit sur ce bien, ainsi que tout droit pouvant émaner de sa cession. Dans l'échange, au contraire, chacun des échangistes se trouve en droit d'exiger la contrepartie. C'est même ce droit qui définit l'échange ». C'est pourquoi la notion d'« échange de dons », tellement prisée par l'anthropologie maussienne, est un oxymore insoutenable.

Mais ce premier élément de définition n'est pas encore satisfaisant. Il ne permet pas de distinguer entre le don et le tribut, l'impôt, la corvée, l'amende, les réparations, etc. qui sont autant de transferts sans contrepartie exigible mais qui, pour autant, ne sont pas des dons. Ce qui distingue ces transferts du don, c'est qu'ils sont exigibles – par exemple, l'impôt est un prélèvement obligatoire. En revanche, un don n'est jamais exigible. S'il l'était, ce ne serait pas un don.

En conclusion, on peut adopter la définition suivante : « *Nous dirons qu'un don est une cession de bien : 1° qui implique la renonciation à tout droit sur ce bien ainsi qu'à tout droit qui pourrait émaner de cette cession, en particulier celui d'exiger quoi que ce soit en contrepartie, et 2° qui n'est elle-même pas exigible.* »

2. Echange marchand vs Echange non marchand [5]

Alain Testart donne l'exemple suivant. Une jeune femme découvre chez son ami un objet auquel il tient beaucoup mais qu'elle trouve très à son goût. A force de cajoleries, elle réussit à le convaincre de le lui céder à un « prix d'ami ». Il s'agit bien ici d'un échange, et même d'un échange monétaire, mais ce n'est pas un échange marchand.

Dans l'échange marchand, l'acheteur ne veut que la marchandise qu'il demande, et le vendeur ne veut que la contrepartie de la marchandise qu'il offre. « *La réalisation de l'échange ne dépend en conséquence que des termes de l'échange. Et de rien d'autre* ». Le rapport entre les personnes se résume à cette considération unique : « Combien ? ». Le rapport social est ici médiatisé par le rapport à la chose, et cette chose est une marchandise, ie. « *un objet à propos duquel la décision de l'échanger a déjà été prise, la réalisation de l'échange ne dépendant que des termes de l'échange (le prix, le fait de trouver un acquéreur, etc.)* ».

Voilà pourquoi l'échange entre les deux amis n'est pas un échange marchand. D'une part, il n'y a jamais eu d'offre : « *la chose vendue n'a jamais eu le statut de marchandise* ». D'autre part, l'échange est fondé sur un rapport d'amitié : « *l'objet n'était pas à vendre et seule l'amitié a fait qu'il fut vendu* ».

Il en va de même dans la kula ... « *Premièrement, il n'y a pas d'offre des objets kula; il y a une demande, une demande fortement appuyée par les « dons de sollicitation » dont parle Malinowski, mais rien qui ressemble à une offre de ces objets. Deuxièmement, la condition de la cession est un lien d'amitié entre les partenaires kula. Cet exemple est presque similaire à celui de nos deux amis à cette différence près que les partenaires kula entrent dans cette relation aux fins d'échanger entre eux, et donc que l'échange est attendu, probable, sollicité, régulier, ce qui n'était pas le cas entre nos amis. Mais il est clair qu'il ne s'agit ni dans un cas ni dans l'autre d'un échange marchand* ».

Alors que la réalisation de l'échange marchand dépend seulement des termes de l'échange, l'échange entre les deux amis met en jeu à la fois « *un rapport d'échange -- qui, comme tout rapport d'échange, consiste en la double cession d'un objet contre l'autre obtenu en contrepartie* » --, et un « *rapport d'amitié* », condition du premier. **Il suit de là qu'est un échange marchand** « *tout échange de marchandises, ou encore tout échange dans lequel les échangistes n'ont pas besoin d'entretenir entre eux d'autre rapport que celui de l'échange, c'est-à-dire encore un échange qui n'est pas intrinsèquement lié ni conditionné par un autre rapport entre les protagonistes* ».

Notons qu'un échange marchand n'implique pas nécessairement une transaction monétaire. Ainsi, le troc est un échange marchand sans monnaie. Inversement, une transaction monétaire n'implique pas nécessairement un échange marchand. Florence Weber donne l'exemple suivant : « *Daniel Moreau, 39 ans, ouvrier à l'usine de M., vit seul. Sa soeur Joëlle, célibataire sans enfants, vit dans l'immeuble HLM d'en face ; elle est chômeuse de longue durée et*

héberge pour des périodes longues l'un ou l'autre de ses douze frères et soeurs. Daniel, plutôt que de recourir au pressing, donne son linge à laver à Joëlle ; en échange, il lui « paie » ce service 100 F chaque fois qu'il y a recours (soit quatre fois plus cher que s'il s'adressait à une blanchisserie). Il s'en explique : donner à Joëlle de l'argent sans motif (sans prétexte), ce serait la vexer ; il a trouvé ce subterfuge pour l'aider sans l'humilier. Tout le monde y trouve son compte. L'évaluation du contre-transfert est fonction des besoins de Joëlle, et non du prix du service marchand (environ 25 F) ». [6] Dans cet exemple, l'échange prend bien la forme d'une transaction monétaire, mais il s'agit d'un échange non marchand, parce qu'il est médiatisé et déterminé par une relation personnelle entre les échangistes (ici, un lien de parenté).

Un exemple d'échange non marchand : la camaraderie d'échange

Dans un grand nombre des sociétés étudiées par les anthropologues, l'organisation du commerce de longue distance était fondée sur la camaraderie d'échange. Etudiant les BaTonga de Rhodésie, Colson (1962) a mis à jour les principales caractéristiques de ce « lien d'amitié » : 1) Il a pour but explicite de favoriser les échanges, dont il est le vecteur principal; 2) les échanges ont lieu à l'occasion de visites réciproques entre amis; 3) chacun se porte garant de la sécurité de son ami lorsqu'il est chez lui ou dans son voisinage, la protection étant assurée au besoin par l'ensemble des parents de l'hôte; 4) l'échange est systématiquement différé : « Lorsqu'un "ami" donnait quelque chose, il n'attendait pas un retour immédiat. C'eût été le comble de l'impolitesse, l'indication que le récipiendaire envisageait la transaction comme un simple rapport commercial... » ; 5) le marchandage était impensable, « proscrit par la nature même du pacte ».

On retrouve tous ces éléments chez les « partenaires kula »... Les transactions kula « sont basées sur un statut permanent, établi une fois pour toutes, sur une association qui lie par couples quelques milliers d'individus. Cette association dure toute la vie, elle implique des devoirs et des privilèges mutuels variés... ». Ces associés ou partenaires sont appelés en langue trobriandaise *karayta'u*, ou simplement *ta'u* (mon homme), et pour la kula de l'intérieur *lubay* (ami). « Ce n'est que lorsque deux hommes ont conclu un tel pacte d'amitié qu'ils peuvent se livrer aux échanges kula ». Les transactions ayant lieu à la faveur des visites que se rendent les amis, le lien d'amitié est souvent la condition sine qua non de l'échange en tant qu'il garantit la sécurité du visiteur. L'histoire de Kaypoyia est à cet égard éloquente : échoué à l'ouest de Fergusson, non loin du village de son ami d'échange, Kaypoyia et ses hommes furent capturés ; ses compagnons furent massacrés et dévorés. Il réussit à s'échapper et, finalement rattrapé, fut sauvé in extremis par l'arrivée inopinée de son partenaire kula.

Il n'y a pas de marchandage dans la kula. Sur un marché, chacun peut refuser l'échange si la contrepartie proposée en ne lui sied pas. Dans la kula, c'est impensable, car « on ne refuse pas ce qui vient d'un ami : ce serait une grave insulte ». Par conséquent, celui qui initie l'échange cède un bien « sans savoir ce qu'il recevra en retour », sa seule certitude étant qu'il recevra un bien d'une valeur équivalente : il fait confiance à son ami.

Bref, dans la camaraderie d'échange, la relation d'échange et la relation d'amitié sont indissociables. Pour cette raison, cet échange revêt un caractère non marchand.

Perspectives du don dans une économie de marché

L'évolution de l'économie du don est commandée par le progrès technique. En élevant continuellement le niveau de vie des salariés, le progrès technique accroît la valeur de leur temps : donner du temps coûte de plus en plus cher [7]. D'un autre côté, le progrès technique réduit plus vite encore le coût des communications interpersonnelles : avec le développement de l'internet, participer à l'économie du don coûte de moins en moins de temps. Enfin, le progrès technique libère aussi du temps, élevant l'espérance de vie, réduisant le temps de travail, le temps dévolu aux corvées ménagères, au *commuting*... L'un dans l'autre, il est probable que l'économie du

don a de beaux jours devant elle, comme le montre le développement spectaculaire du *peer to peer*.

Le P2P relève pleinement de l'économie du don. Il n'y a pas d'échange, fut-il non marchand. La production dépend essentiellement du bon vouloir de chacun. Le produit final est un bien public qui est mis à la disposition de tous. Les produits ne sont pas vendus et, puisqu'il n'y a pas de tension entre l'offre et la demande dans le contexte d'un bien infiniment reproductible, il n'y a pas besoin de régulation par les prix ou de rationnement. Le P2P ne produit pas de marchandise. Le seul mobile intéressé possible de la participation des membres est la considération qu'ils en retirent – selon l'importance de leur contribution au projet commun et la reconnaissance de cet apport par la communauté.^[8]

Dans le domaine des biens culturels au moins, la sphère de l'échange recule au profit de celle du don. « La culture, dit-on, n'est pas une marchandise ». C'est de plus en plus vrai. « Nombre d'objets culturels (sons, images) sont en train d'échapper à la sphère marchande pour devenir gratuits... Avec des conséquences immédiates... En quatre ans, les ventes de CD se sont effondrées de 42 % en valeur. ... L'industrie cinématographique est à son tour touchée par la crise - pour preuve la chute du marché du DVD, pénalisé par 120 millions de films téléchargés illégalement en 2005. »^[9]

[1] Marcel Mauss, *Essai sur le don*, L'année sociologique, 1923

[2] Alain Testart, *Echange marchand, échange non marchand*, Revue française de sociologie (42-4), 2001

[3] *La Théorie des sentiments moraux*

[4] sauf mention contraire, les citations de ce chapitre sont extraites d'**Alain Testart**, *Critique du don : Études sur la circulation non marchande*, Syllepse, 2007, 250 p. Ce chapitre peut être consulté en ligne : [Qu'est-ce que le don ?](#) (pdf)

[5] Ce chapitre résume l'article d'Alain Testart, *Echange marchand, échange non marchand*, paru dans la Revue française de sociologie (42-4) en 2001. Sauf mention contraire, les citations en sont issues.

[6] Florence Weber, *Transactions marchandes, échanges rituels, relations personnelles*, Genèses, 41, décembre 2000

[7] Paul Romer, *Time: It Really Is Money* – Information Week, Sept. 11, 2000

[8] Michael Bauwens, *Le peer to peer: vers un nouveau mode civilisationnel*, Integral Review, 2, 2006

[9] Le Monde 08.12.06.