

## Chapitre 9 : La coordination par le marché

### B. Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

#### 1) Comment définir un marché concurrentiel ?

« Les vendeurs et les acheteurs de coton composent un marché –un groupe de producteurs et un groupe de consommateurs qui échangent un bien ou un service contre paiement. (...) Un marché concurrentiel est un marché sur lequel il y a beaucoup d'acheteurs et de vendeurs du même bien ou service. Plus précisément, 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. Il est cependant important de comprendre que ce n'est pas une description qui convient à tous les marchés. Par exemple, ce n'est pas une bonne description du marché des boissons gazeuses à base de cola. Sur ce marché, Coca cola et Pepsi représentent une telle proportion des ventes totales qu'ils sont capables d'influencer le prix auquel ses boissons sont achetées et vendues. Mais c'est une bonne description du marché du coton. Le marché du coton comporte tellement de producteurs et de consommateurs que même un fabricant de jeans comme Levi Strauss & Co ne représentent qu'une fraction minime des transactions, ce qui le rend incapable d'influencer le prix auquel le coton est acheté et vendu. »

Source : Paul Krugman et Robin Wells, Microéconomie, 2<sup>ème</sup> éd, De Boeck, (pp 111-112)

Document 1 : Les marchés concurrentiels

**Q1** : Rappeler la définition du concept de marché

**Q2** : D'après le texte, qu'est-ce qui distingue le « marché du coton » et le « marché des boissons gazeuses » ?

**Q3** : Proposez une définition du concept de « marché concurrentiel ». Expliquer pourquoi le marché des boissons gazeuses ne correspond pas à un marché concurrentiel.

#### 2) L'offre et la demande

Document 2 : La demande et l'offre de fraises du Périgord

« Supposez que l'offre prévisionnelle des fraises du Périgord soit la suivante :

Prix des fraises (par kilo)	Quantité de fraises offertes (kilos)
25 euros	800
20 euros	700
15 euros	600
10 euros	500
5 euros	400

Supposez maintenant que les fraises du Périgord ne puissent être vendues qu'en France. La demande prévisionnelle américaine de fraises du Périgord est la suivante :

Prix des fraises (par kilo)	Quantités de fraises demandées (kilos)
25 euros	200
20 euros	400
15 euros	600
10 euros	800
5 euros	1000

Source : Paul Krugman et Robin Wells, Microéconomie, 2<sup>ème</sup> éd, De Boeck, (pp 163)

**Q1 :** Représenter sur un même graphique les données des tableaux ci-dessus. Vous mettrez en ordonné les prix et en abscisses les quantités offertes et demandées de fraises.

**Q2 :** Proposer une définition des concepts d'offre et de demande.

**Q3 :** Comparez les quantités offertes par les producteurs aux quantités demandées par les consommateurs, lorsque le prix des fraises est de 5 euros; 20 euros. Que peut-on constater ?

**Q4 :** Comment évoluent les quantités offertes et les quantités demandées lorsque le prix passe de 5 à 10 euros ? Comment cela s'interprète-t-il graphiquement ?

**Q5 :** Expliquez l'allure de la courbe de d'offre.

**Q6 :** Expliquez l'allure de la courbe de demande

**Q7 :** Quelle est la signification économique du point d'intersection des courbes d'offre et de demande ?

« Supposez maintenant que les fraises du Périgord puissent être vendues aux Etats-Unis. La demande prévisionnelle américaine de fraises du Périgord est la suivante :

Prix des fraises (par kilo)	Quantités de fraises demandées (Kilos)
25 euros	100
20 euros	300
15 euros	500
10 euros	700
5 euros	900

Source : Paul Krugman et Robin Wells, Microéconomie, 2<sup>ème</sup> éd, De Boeck, (pp 163)

**Document 3 :** Une variation de la demande

**Q1 :** Calculez la demande totale de fraise. Vous présenterez vos résultats sous la forme d'un tableau.

Prix des fraises (par kilo)	Quantités totales de fraises demandées (kilos)
25 euros	
20 euros	
15 euros	
10 euros	
5 euros	

**Q2 :** Représenter sur le graphique précédent la nouvelle courbe de demande

**Q3 :** Quel est le nouveau prix d'équilibre ? Quantités d'équilibre ?

**Q4 :** Que peut-on dire de l'évolution de la demande ? Comment cela se manifeste-il graphiquement ?

**Q5 :** Quels facteurs peuvent conduire à un déplacement de la courbe de demande ?

**Q6 :** En vous appuyant sur vos connaissances répondez à la question suivante : Quels facteurs peuvent conduire à un déplacement de la courbe d'offre ?

« Les offreurs et les demandeurs d'un même bien se rencontrent sur une « place de marché » sur laquelle opère un « commissaire-priseur » ou « arbitre de marché. Ce dernier exerce ses fonctions de façon bénévole, puisque l'information est supposée gratuite dans ce modèle. L'arbitre de marché propose un prix et chaque agent annonce la quantité qu'il est disposé à vendre ou à acheter à ce prix. L'arbitre de marché fait la somme des offres et des demandes (on dit qu'il agrège les offres et les demandes ce qui permet de passer des offres et des demandes individuelles aux offres et aux demandes agrégées). Si, pour le prix annoncé, l'offre est supérieure à la demande, c'est que ce prix est trop élevé, l'arbitre de marché propose donc un prix plus faible et ainsi de suite jusqu'au moment où l'on découvre le prix d'équilibre, c'est-à-dire le prix pour lequel l'offre agrégée est égale à la demande agrégée.

Source : A. Beitone et al, Economie, Sirey, 2009, pages 280-281

**Document 4 :** Les mécanismes de marché : le passage du déséquilibre à l'équilibre.

**Q1 :** Lorsque pour un prix donné, les quantités demandées sont supérieures aux quantités offertes, que doit faire « l'arbitre de marché » pour atteindre l'équilibre ? Vous pouvez vous appuyer sur les graphiques précédents.

**Q2 :** Lorsque pour un prix donné, les quantités demandées sont inférieures aux quantités offertes, que doit faire « l'arbitre de marché » pour atteindre l'équilibre ? Vous pouvez vous appuyer sur les graphiques précédents.

### 3) Le surplus du consommateur et du producteur.

« Un livre usagé n'est pas équivalent à un livre neuf- il peut être abîmé, surligné par quelqu'un d'autre, et peut ne pas être à jour. A quel point cela vous dérange dépend de vos préférences. Certains acheteurs potentiels préféreraient acheter le livre usagé s'il n'était que légèrement meilleur marché que le livre neuf, tandis que d'autres achèteraient le livre usagé seulement s'il était meilleur marché. Ainsi, la disposition à payer d'un consommateur potentiel est le prix maximum auquel celui-ci serait prêt à acheter ce bien, dans notre cas un manuel usagé. Un individu n'achètera pas le livre s'il coûte plus que ce montant, mais sera disposé à le faire s'il coûte moins. Si le prix est juste égale à la disposition à payer d'un individu, ce dernier est indifférent entre acheter et ne pas acheter. (...)

**Document 5 :** De la disposition à payer du consommateur au surplus du consommateur

**Q1 :** Relevez la définition du concept de « disposition à payer »

**Q2 :** Dans quel cas le consommateur sera-t-il prêt à acheter un livre usagé ?

**Etude de cas :** Surplus du producteur et représentations graphique

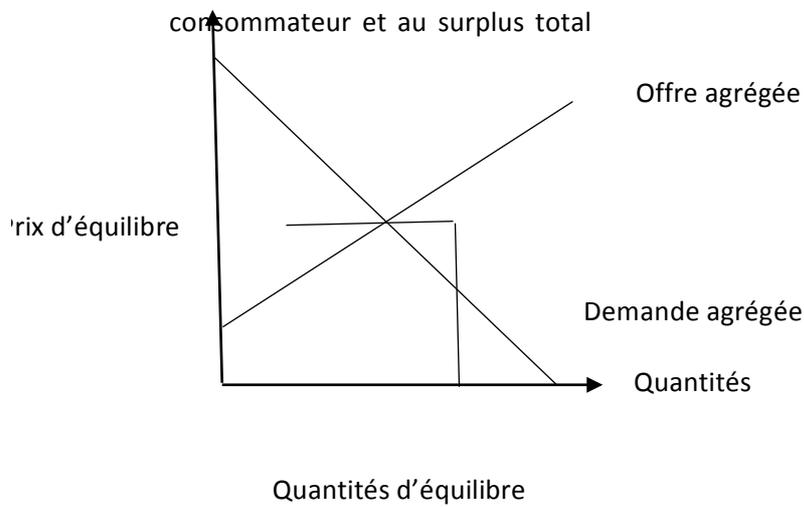
Placez-vous maintenant du côté des producteurs. Supposons que le coût de production d'un manuel soit de 30 euros.

**Q1 :** Dans quel cas le producteur sera-t-il prêt à vendre son manuel ?

**Q2 :** En vendant son manuel sur le marché, le producteur est-il gagnant ? Justifiez

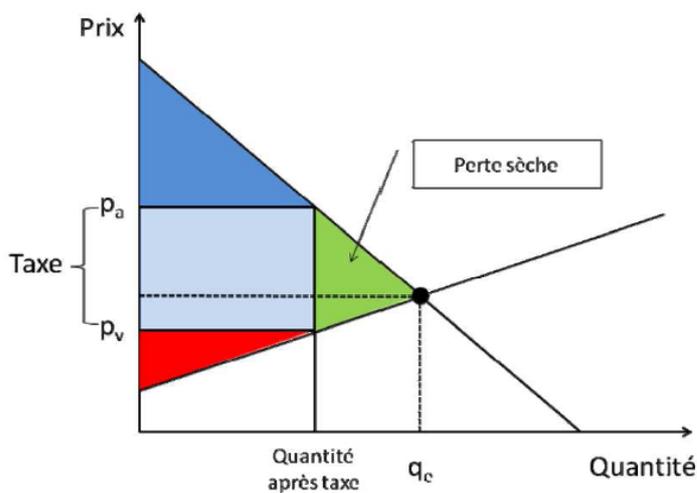
**Q3 :** Proposez une définition du concept de « surplus du producteur » et de « surplus total du producteur ».

**Q4 :** Sur le graphique ci-dessous, hachuré les surfaces correspondant au surplus total du consommateur et au surplus total du producteur.



**Document 6 :** l'effet d'une taxe sur les surplus des producteurs et des consommateurs

On suppose maintenant que les consommateurs et les producteurs doivent payer une taxe sur le produit



**Q1 :** Quel est l'effet de la taxe sur le surplus total du consommateur ?

**Q2 :** Quel est l'effet de la taxe sur le surplus total du producteur ?

**Q3 :** En déduire le sens du concept de « perte sèche »

#### 4) La rigidité des prix: l'exemple des prix plancher et plafond

## **Document 7** : Les situations de rationnement

« On dit que l'ajustement se fait par les prix, dans la mesure où le prix se modifie jusqu'au moment où il se fixe à niveau qui égalise l'offre et la demande. Seuls les agents économiques qui acceptent de payer ce prix peuvent participer à l'échange. Les producteurs qui ne veulent vendre qu'à un prix plus élevé et les acheteurs qui ne veulent acheter qu'à un prix plus faible sont exclus du marché (on parle d'exclusion par les prix). Dans de nombreux cas cependant, les prix sont rigides. (...) Par exemple le prix des places de cinéma ne fluctue pas en fonction de l'offre et de la demande. Si dans une salle de cinéma les prix sont à 8 euros et si un film a beaucoup de succès, le prix va rester le même mais lors de certaines séances, tous les spectateurs ne pourront pas rentrer faute de place. On dit qu'ils sont rationnés. L'ajustement se fait donc par les quantités. La situation est la même dans un restaurant. Si le chef a prévu 80 portions de plat du jour à 15 euros et si le plat du jour a beaucoup de succès, le prix sur la carte va rester le même, mais le 81<sup>ème</sup> client ne pourra pas manger ce plat, il devra choisir un autre plat dans la carte. A l'inverse, si un film n'a pas de succès, l'exploitant de la salle ne baissera pas le prix pour attirer les clients. Il n'y aura qu'une partie des places occupées lors de chaque projection. Dans ce cas l'exploitant est rationné. Même chose si dans un restaurant, les clients commandent moins de plat du jour que le nombre de portions prévues par le chef ».

**Source** : Alain Beitone, janvier 2012

**Q1** : A l'aide du document ci-dessus, proposez une définition du concept de « rigidité des prix »

**Q2** : Quelle distinction peut-on faire entre « l'ajustement par les prix » et l'ajustement par les quantités ?

**Q3** : A l'aide des questions précédentes et du document, proposez une définition du concept de rationnement

**Etude de cas** : Prix plancher et prix plafond

### **1) Prix plafond**

Supposons que sur le marché des cerises, le prix d'équilibre soit de 10 euros par kilo. A ce prix les quantités offertes par les producteurs sont égales aux quantités demandées par les consommateurs soit 500 kilos. Pour des raisons inconnues, l'Etat décide de fixer un prix au-delà duquel les producteurs ne doivent pas vendre leurs cerises ; ce prix s'établit à 8 euros par kilos. A ce prix les quantités demandées sont de 650 kilos et les quantités offertes sont de 400 kilos.

**Q1** : Quelle est la conséquence de la décision prise par l'Etat ?

### **2) Prix plancher**

Supposons que sur le marché des cerises, le prix d'équilibre soit de 10 euros par kilo. A ce prix les quantités offertes par les producteurs sont égales aux quantités demandées par les consommateurs soit 500 kilos. Pour des raisons inconnues, l'Etat décide de fixer un prix en dessous duquel les producteurs ne doivent pas vendre leur production soit 12 euros. A ce prix-là, les quantités demandées par les consommateurs sont de 300 kilos et les quantités offertes par les producteurs sont de 700 kilos.

**Q1** : Quelle est la conséquence de la décision prise par l'Etat ?

**Synthèse** :

Le marché est un \_\_\_\_\_ des actions individuelles. Sur un \_\_\_\_\_, les consommateurs comme les producteurs sont \_\_\_\_\_, c'est à dire qu'aucun d'eux n'est en mesure d'influencer le prix auquel sera vendu le bien ou service en question. Dans cette perspective, la variation des prix résultera des décisions de millions d'individus. De manière générale, les \_\_\_\_\_ par les producteurs sont fonction des prix. Autrement dit, lorsque le prix augmente, les quantités offertes augmentent. A l'inverse les quantités demandées par les consommateurs sont fonction \_\_\_\_\_ des prix, ce qui signifie que lorsque le prix augmente, les quantités demandées diminuent. L'intersection entre les courbes d'offre et de demande représente \_\_\_\_\_. Ainsi, au \_\_\_\_\_, les quantités offertes sont égales aux quantités demandées. Lorsque pour un prix donné, les quantités demandées excèdent les quantités offertes, il y a une situation de déséquilibre. Pour parvenir à l'équilibre, \_\_\_\_\_ appelé aussi commissaire-priseur doit annoncer un prix \_\_\_\_\_. En effet, la \_\_\_\_\_ du prix va conduire à une baisse des quantités demandées et à une hausse des quantités offertes. A l'inverse, lorsque pour un prix donné, les quantités demandées sont inférieures aux quantités offertes, l'arbitre de marché doit annoncer un prix moins élevé pour parvenir à l'équilibre. La \_\_\_\_\_ du prix va conduire à une hausse des quantités demandées et à une baisse des quantités offertes. Dans ce cas, l'ajustement se fait par \_\_\_\_\_. Il existe également des situations dans lesquelles les prix sont \_\_\_\_\_, ce qui conduit à un ajustement par les quantités ; on parle alors de \_\_\_\_\_. Par exemple, lorsque l'Etat fixe un \_\_\_\_\_ qui est supérieur au prix d'équilibre, les producteurs vont être rationnés, c'est-à-dire qu'ils ne pourront pas écouler toute leur production (les quantités offertes excèderont les quantités demandées). A l'inverse, lorsque l'Etat fixe un \_\_\_\_\_ inférieur au prix d'équilibre, ce sont les \_\_\_\_\_ qui vont être rationnés (les quantités demandées excèderont les quantités offertes).

La variation des prix à une influence à la fois sur le \_\_\_\_\_ (qui correspond à la différence entre le prix auquel le producteur était disposé à vendre une quantité donnée de biens et le prix auquel il va effectivement vendre cette quantité) et sur le \_\_\_\_\_ (qui correspond à la différence entre \_\_\_\_\_ du consommateur et le prix effectivement payé). Par exemple, une taxe payée à la fois par les consommateurs et les producteurs génère une perte de surplus qui ne bénéficie à personne : la \_\_\_\_\_.