

Chapitre 5 : La coordination par le marché

Problématiques :

Pourquoi acheter à d'autres ce que l'on pourrait faire soi-même ? Que gagne-t-on à échanger ?

I/ Dans nos économies développées, qui prend les décisions économiques ? Quelles différences existe-t-il entre nos économies de marché et le système mis en place par les pays communistes ? Le marché peut-il fonctionner sans règles ?

II/ Comment évoluent les quantités demandées quand le prix d'un bien varie ? Comment évoluent les quantités offertes quand le prix d'un bien varie ? Comment se fixent les prix sur un marché ? Quel est le rôle joué par les prix sur un marché ? En quoi le marché est-il efficace ?

III/ Quelles sont les influences du nombre de producteurs d'un bien sur son prix ? Comment les entreprises peuvent-elles tenter d'échapper à la concurrence ? Un marché où les produits proposés sont différenciés est-il vraiment concurrentiel ? Pourquoi les pouvoirs publics surveillent-ils le respect de la concurrence ?

IV/ Quels sont les cas où le marché n'est pas efficace ? Que se passe-t-il sur un marché si les informations ne sont pas partagées par tous ? Pourquoi le marché ne peut-il pas produire certains biens et services ?

Plan :

Introduction : Pourquoi acheter à d'autres ce que l'on pourrait faire soi-même ?

I/ Qu'est-ce qu'un marché ?

A/ Comment définir le marché ?

B/ Un marché peut-il fonctionner sans règles ?

II/ Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

A/ Les consommateurs formulent une demande

B/ Les producteurs formulent une offre

C/ La rencontre entre l'offre et la demande détermine un prix d'équilibre

III/ Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?

IV/ Quelles sont les principales défaillances du marché ?

A/ Les asymétries d'information

B/ Les externalités

C/ les biens collectifs

Notions :

	Notions au programme	Notions complémentaires
I/	Institutions marchandes, droits de propriété	Economie de marché / économie planifiée / économie mixte, institutionnalisation du marché
II/	Offre et demande, prix et quantité d'équilibre, preneur de prix, rationnement, surplus, gain à l'échange, allocation des ressources	Demande individuelle / demande de marché, offre individuelle / offre de marché, surproduction / pénurie, tatonnement walrassien, main invisible, libéralisme économique, surplus du consommateur / surplus du producteur
III/	Pouvoir de marché, oligopole, monopole	Atomicité du marché, homogénéité des produits, innovation, monopole temporaire, brevet, entente, abus de position dominante
IV/	Asymétries d'information, externalités, biens collectifs	Sélection adverse, externalité positive / externalité négative, rivalité / non rivalité, exclusion par les prix / non exclusion par les prix.

Introduction : Pourquoi acheter à d'autres ce que l'on pourrait faire soi-même ?

Document 1 :

Comment choisir entre plats maison et plats tout prêts ?

Plat	Coût pour le « fait maison »	Surcoût pour les « plats préparés »
Tarte au chèvre et aux légumes	1,25 €	+ 35 %
Sandwich	2 €	+ 50 %
Soupe pommes de terre, carottes, poireaux (5 pers.)	0,85 €	+ 120 %
Spaghetti bolognaise (1 pers.)	1 €	+ 50 %
Hachis Parmentier (2 pers.)	2 €	+ 15 %
Rôti de dinde et légumes (6 pers.)	7 €	+ 180 %
Émincé de poulet aux petits pois (2 pers.)	2,30 €	+ 50 %
Crumble pommes poires (6 pers.)	1,60 €	+ 70 %

Source : www.lanutrition.fr.

- Q1 : Faites une phrase pour exprimer la signification des données de la ligne "sandwich".
Q2 : Combien coûte un sandwich préparé ?
Q3 : Revient-il plus cher de préparer soi-même ses plats ou de les acheter "tout prêts" ?
Q4 : Selon vous, pourquoi consomme-t-on des plats préparés ?

Document 2 :

Cristiano Ronaldo doit-il tondre sa pelouse lui-même ?

Cristiano Ronaldo, l'attaquant vedette du Real Madrid, est un des footballeurs les plus talentueux au monde. Il est probablement également doué dans d'autres activités. Par exemple, imaginons qu'il puisse tondre son gazon plus vite que n'importe qui au monde. Doit-il pour autant le faire soi-même ?

Disons que Cristiano Ronaldo puisse tondre sa pelouse en deux heures. Durant ces deux heures, il pourrait tourner une publicité et gagner 10 000 euros. Diego, son voisin, peut tondre la pelouse en quatre heures. Durant ces quatre heures, il pourrait travailler au bar à tapas du coin et gagner 40 euros.

Les gains à l'échange dans cet exemple sont énormes : plutôt que de tondre sa pelouse, Ronaldo devrait tourner la publicité et employer Diego pour tondre le gazon. Tant que Ronaldo paye Diego plus de 40 euros et moins de 10 000 euros, les deux y gagnent.

R. Pradeau, à partir de Gregory N. Mankiw et Mark P. Taylor, *Principes de l'économie*, De Boeck Université, 2010

- Q1 : Si Ronaldo rémunère Diego 60 euros pour tondre sa pelouse, quel est le gain à échanger pour Ronaldo ? Pour Diego ?
Q2 : Dans ce cas, les gains à l'échange sont-ils identiques pour Ronaldo et Diego ?

Document 3 : doc. 6 p 22

- Q1 : Que signifie se spécialiser ?
Q2 : Par combien l'efficacité de la production a-t-elle été multipliée grâce à la spécialisation ?
Q3 : Pourquoi l'efficacité de la production a-t-elle augmenté ?
Q4 : Que fait-on du surplus de production ?
Q5 : Expliquez le passage souligné.

I/ Qu'est-ce qu'un marché ?

A/ Comment définir le marché ?

Document 4 : doc. p. 78

Q1 : En quoi l'adoption d'une monnaie a-t-elle facilité les échanges ? Quelle forme prend la monnaie ici ?

Q2 : Pourquoi un marché a-t-il émergé dans les camps de prisonniers ?

Q3 : Comment étaient déterminés les prix des produits ?

B/ Un marché peut-il fonctionner sans règles ?

II/ Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

A/ Les consommateurs formulent une demande

B/ Les producteurs formulent une offre

C/ La rencontre entre l'offre et la demande détermine un prix d'équilibre

Document 5 :

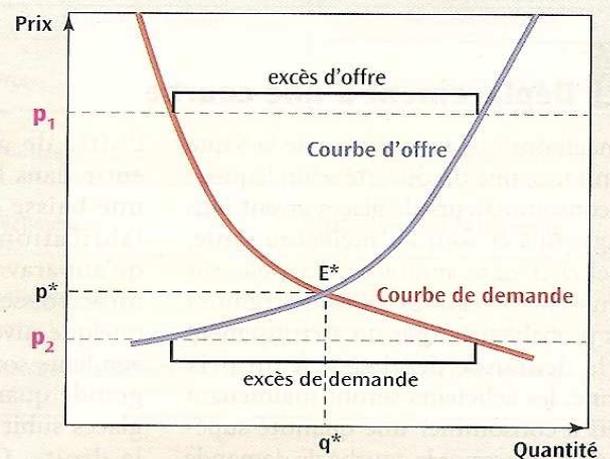
L'équilibre du marché

Supposons pour commencer que le prix [de la glace] soit supérieur au prix d'équilibre. [...] À [ce prix-là], la quantité offerte est supérieure à la quantité demandée. Il y a donc un surplus de production : les vendeurs sont incapables de vendre tout ce qu'ils ont au prix courant. Cette situation est dite d'*offre excédentaire*. Quand il existe une offre excédentaire sur un marché, les vendeurs auront leurs congélateurs encombrés de glaces invendues. Ils vont donc essayer d'augmenter leurs ventes en baissant le prix des marchandises vendues. Les prix baissent jusqu'au prix d'équilibre.

Supposons maintenant que le prix courant soit inférieur au prix d'équilibre. À [ce prix-là], c'est la quantité demandée qui excède l'offre. Il y a alors une pénurie de marchandises : les acheteurs ne peuvent pas acheter tout ce qu'ils veulent au prix courant. On parle alors de *demande excédentaire*. Quand il existe une demande excédentaire sur un marché, les acheteurs vont devoir faire de longues heures de queue pour obtenir l'une des rares glaces disponibles. Les acheteurs étant trop nombreux au regard des marchandises disponibles, les vendeurs peuvent augmenter leurs prix sans perdre de clients. Au fur et à mesure que les prix montent, le marché tend vers le point d'équilibre. C'est ainsi que les activités de la multitude d'acheteurs et de vendeurs poussent automatiquement le prix du marché vers son point d'équilibre.

N. Gregory MANKIW, *Principes de l'économie*, Economica, 1998.

Visualiser l'équilibre de marché



Le point d'équilibre (E*), caractérisé par le prix d'équilibre (p*) et la quantité d'équilibre (q*), se situe à l'intersection de la courbe d'offre et de la courbe de demande.

N. Gregory MANKIW, *Principes de l'économie*, Economica, 1998.

Questions

1. Définir : qu'est-ce que l'équilibre ?
2. Expliquer : comment l'équilibre se réalise-t-il concrètement ?

Q1 : Qu'est-ce que l'équilibre ?

Q2 : Comment varie le prix lorsqu'il est supérieur au prix d'équilibre ? Pourquoi ?

Q3 : Comment varie le prix lorsqu'il est inférieur au prix d'équilibre ? Pourquoi ?

Document 6 : doc. 5 p. 81

Q : En quoi les prix jouent-ils un rôle de signal ?

Document 7 : doc. 8 p. 82

Q : Qu'est-ce que la main invisible ?

Document 8 : doc. 6 p. 88

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

Q2 : Qu'est-ce que le surplus du producteur ?

III/ Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?

Document 9 :

Monopole et oligopole

Par définition, l'entreprise en situation de monopole fournit la totalité de la production de la branche considérée; plus précisément, le monopole peut être caractérisé par la situation dans laquelle un **producteur unique** d'un **bien homogène** est en présence d'une **infinité d'acheteurs**. A dire vrai, le monopole pur n'existe pas, pas plus (pas moins) que la concurrence parfaite. [...] L'analyse de ces cas limites est cependant utile, voire indispensable pour la compréhension des situations concrètes. Lorsqu'il y a plusieurs entreprises sur un marché (oligopole), le groupe de producteurs peut être amené

à s'entendre et à agir donc collectivement comme un monopole. [...] Le monopole peut être *temporaire*: quand une entreprise met en vente un produit nouveau (ordinateur, magnétoscope, film à développement instantané), elle dispose provisoirement d'une position de monopole qui ne sera mise en cause que lorsque d'autres entreprises auront réussi à mettre au point des produits similaires. [...] Le monopole dont dispose une entreprise sur un marché donné peut être remis en cause par l'ouverture au commerce international.

Gilbert ABRAHAM-FROIS, *Économie politique*,
Economica, 5^e édition, 1992.

Q1 : Qu'est-ce qu'un monopole ? Qu'est-ce qu'un oligopole ?

Q2 : Quelle hypothèse de la concurrence parfaite n'est pas respectée ici ?

Q3 : Dans le cas d'un monopole ou d'un oligopole, qui fixe le prix ?

Q4 : Pourquoi un nouveau produit crée-t-il un monopole temporaire ?

Document 10 : doc. 9 p. 97

Q : Quel est le point commun entre toutes ces situations condamnées par l'Union européenne ?

IV/ Quelles sont les principales défaillances du marché ?

A/ Les asymétries d'information

Document 11 : doc. 1 p. 99

Q1 : Pourquoi peut-on dire qu'il y a asymétrie d'information sur le marché de l'occasion ?

Q2 : Quels sont les effets de cette asymétrie d'information sur le marché de l'automobile ?

Q3 : En suivant l'exemple du texte, pourquoi les acheteurs de véhicules d'occasion ont plus de chance d'acheter un véhicule en mauvais état ?

B/ Les externalités

Document 12 :

Une entreprise de chimie rejette ses déchets liés à la production dans la rivière qui se trouve à proximité. Les bêtes du fermier d'en face meurent après avoir trop souvent bu l'eau de la rivière.

Q1: Les mécanismes du marché incitent-ils l'entreprise à ne pas polluer la rivière ? Expliquez pourquoi.

Q2 : Supposons que l'entreprise soit contrainte de payer un certain coût lié à la pollution que son activité entraîne. Ce coût est-il susceptible de modifier ses objectifs en terme de production ?

Q3: Le marché est-il efficace dans cet exemple ? Pourquoi ?

Document 13 :

Un apiculteur (éleveur d'abeilles) et un arboriculteur (qui cultive les arbres, les fleurs, ...) sont voisins.

Q1 : En quoi la proximité de l'apiculteur et de l'arboriculteur leur est-elle profitable ?

Q2 : Sont-ils contraints de payer pour ce service rendu ?

Q3 : Le marché prend-il donc en compte ce service rendu ?

C/ Les biens collectifs

Document 14 :

Une limite du marché

Imaginons un monde sans pouvoirs publics. Seules les entreprises produisent des biens et services. Dans une ville, les habitants ont besoin, pour leurs déplacements nocturnes, d'un éclairage public. Une entreprise propose donc d'installer des lampadaires et de gérer elle-même l'acheminement de l'électricité.

Pour réaliser ce service, l'entreprise installe à l'entrée de chaque rue une sorte de « parcètre », où les piétons doivent s'acquitter d'une certaine somme pour que les lampadaires s'allument et que la rue soit éclairée.

Lorsqu'un habitant rentre chez lui de nuit, il paye le droit de voir la rue s'éclairer. Cependant, une fois que cet habitant a payé ce service, d'autres habitants de la rue en profitent pour passer eux aussi sans avoir à en payer le coût, qui a déjà été payé par le premier habitant. Ce dernier, voyant que les autres habitants « profitent » de son paiement, se dit que la prochaine fois, il ne paiera pas et attendra qu'un autre habitant paye ; il bénéficiera ainsi d'un effet d'aubaine.

Renaud Chartoire, Nathan, 2005

Q1 : Pourquoi les habitants sont-ils tentés d'attendre que quelqu'un paie à leur place ?

Q2 : Si tous raisonnent ainsi, le service peut-il être produit ? Le marché est-il efficace dans cet exemple ?

Q3 : Qui prendra alors en charge ce service ?

Document 15 :

	Exclusion par les prix	Non exclusion par les prix
Rivalité		
Non rivalité		

Q1 : Classez ces exemples de biens ou de services dans une des cases : défense nationale, banc de poissons, piscine municipale, cornet de glace.

Q2 : Dans quels cas le marché est-il défaillant et l'Etat doit-il intervenir ?