

# Atelier enseignant: le fonctionnement des marchés

Marion Navarro, professeur de SES

Jeudi 8 novembre 2012

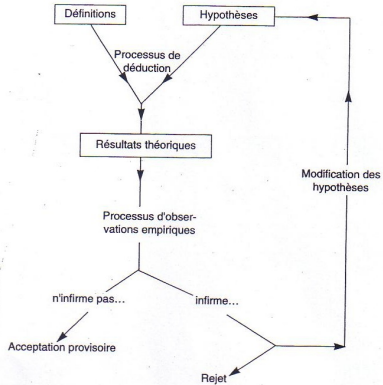
Objectif des programmes : apprendre à raisonner en économiste, en sociologue et en politiste.

Dans cette optique, il est indispensable que les élèves s'approprient le concept de modèle, qui est essentiel pour comprendre la démarche scientifique.

Un modèle est une représentation simplifiée de la réalité. Sa pertinence se juge à sa capacité à rendre compte du réel

" les économistes élaborent des modèles, qui sont une sorte de carte routière de la réalité. (...) Un modèle économique est une description simplifiée de la réalité (...) Aucun modèle économique ne peut décrire parfaitement la réalité, mais pour élaborer, tester et réviser ces modèles, les économistes et les décideurs sont obligés d'affiner leur conception du fonctionnement d'une économie. Cela encourage le débat scientifique sur les ressorts du comportement économique et sur ce qui devrait être fait (ou évité) face aux dysfonctionnements du marché."

Sam Ouliaris, Qu'est-ce qu'un modèle économique?, *Finances et développement*, Juin 2011, pp. 46-47



Gilbert Abraham-Frois : **Economie politique**, *Economica*, 6<sup>ème</sup> édition, 1996

- ▶ les économistes accordent une place centrale aux prix dans la modélisation des comportements des agents économiques.  
ajustement de ces derniers en fonction de l'évolution des prix
- ▶ le marché, une institution qui permet une forme de coordination, basée sur les incitations
- ▶ présentation de modèles simples pour comprendre les mécanismes structurant le fonctionnement des marchés et ainsi introduire le raisonnement économique aux élèves
- ▶ complexification progressive

Etudier les marchés concrets

Le modèle de concurrence pure et parfaite

Les modèles de concurrence imparfaite

## Etudier les marchés concrets

- ▶ diversité des marchés concrets (locaux/mondiaux, concurrentiels/non concurrentiels, etc.)
- ▶ existence de mécanismes communs de fonctionnement
- ▶ développement de différents modèles complémentaires

## Le modèle de concurrence pure et parfaite

- ▶ modèle développé pour comprendre certains mécanismes qui sont à l'oeuvre sur les marchés concurrentiels
- ▶ la définition empirique de la concurrence
- ▶ par définition, aucun marché concret ne sera jamais parfaitement conforme au modèle de concurrence pure et parfaite
- ▶ but du cours : comprendre le fonctionnement du modèle et montrer comment il peut être utilisé pour comprendre un certain nombre de mécanismes structurant le fonctionnement des marchés concrets



## La définition théorique de la concurrence

- ▶ atomicité : il y a de nombreux offreurs et de nombreux demandeurs de tel sorte qu'aucun ne peut par son comportement individuel influencer le fonctionnement du marché. Exemple d'un consommateur qui renonce à acheter du thon rouge par souci de préserver l'espèce. S'il est seul à le faire, son comportement n'aura aucun impact sur le marché.
- ▶ homogénéité du produit. Modèle part de l'idée que sur un marché, il s'échange des produits identiques. Exemple du marché du blé : pour une qualité donnée de blé, le blé mis en vente par les différents producteurs est peu différentiable.
- ▶ libre entrée/sortie . N'importe qui peut décider d'entrer et de sortir du marché au moment souhaité. Si un agriculteur veut demain planter et vendre du blé au lieu de soja, il peut le faire. Pas vrai pour les pharmacies, les notaires par exemple.

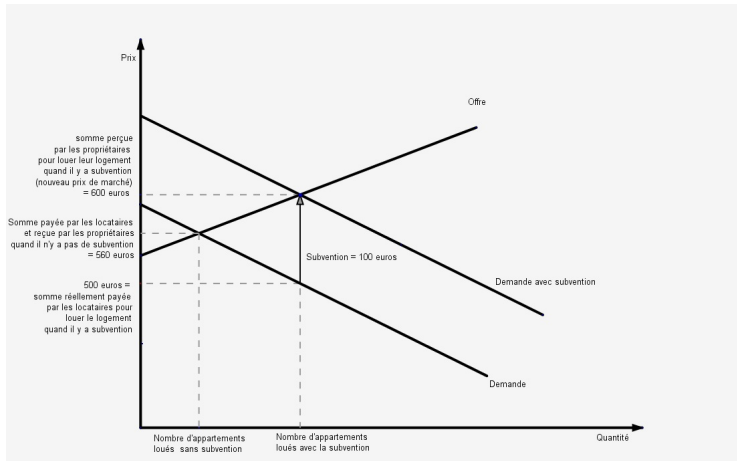
- ▶ facteurs de production mobiles. Exemple : une machine utilisée pour produire du soja peut être utilisée pour produire du blé si son propriétaire estime que c'est un meilleur choix.
- ▶ transparence de l'information. Modèle part de l'idée que tous les acteurs du marché disposent des mêmes informations sur les produits : les consommateurs connaissent les prix pratiqués par les différents producteurs, la qualité des produits vendus, etc. Dans les faits, l'information n'est jamais parfaitement transparente, mais il y a des marchés sur lesquels l'information est beaucoup mieux diffusée que sur d'autres, notamment du fait de la législation ou du comportement des entreprises (développement des comparateurs de prix, obligation légale de détailler les caractéristiques du produit, etc.)

Hypothèse de rationalité des individus : les entreprises recherchent le profit maximum et les consommateurs cherchent à maximiser leur satisfaction.

- ▶ compte tenu des hypothèses faites, la courbe d'offre est généralement croissante en fonction du prix et la courbe de demande décroissante en fonction du prix. Résultats qu'on retrouve globalement dans les faits.
- ▶ possibilité d'estimer empiriquement la sensibilité de l'offre et de la demande au prix (notion d'élasticité)
- ▶ quand les prix sont flexibles, le prix du marché a tendance à se fixer au niveau du prix d'équilibre.
- ▶ exemple du cas de pénurie où les prix augmentent (offre inférieure à la demande) ou à l'inverse du cas où les producteurs baissent leur prix pour écouler leur production en cas d'existence de stocks invendus (demande inférieure à l'offre).
- ▶ dans le modèle l'ajustement est instantané, dans les faits cela prend du temps.

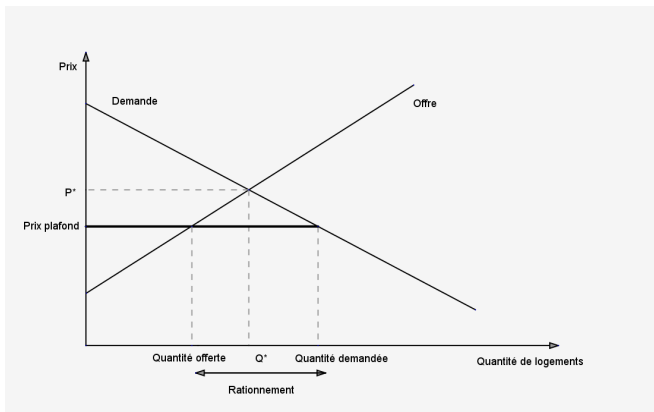
- ▶ une situation d'équilibre ne signifie pas une situation désirable : exemple d'un équilibre sur le marché du logement avec des prix élevés et une grande partie de la population non logée. Offre= **demande solvable**. L'équilibre n'est pas non plus forcément efficace en cas de défaillance du marché
- ▶ niveau des prix dépend des mouvements d'offre et de demande. Prédictions théoriques conformes à de nombreux exemples empiriques.
- ▶ exemple de la contraction de l'offre de café du fait sécheresse au Vietnam et baisse des surfaces exploitées au Brésil qui a conduit à une forte hausse du prix du café ou de l'envolée des prix des logements (achat) en lien avec une forte hausse de la demande (notamment pour des raisons d'investissement). Pas nécessaire d'utiliser des modèles plus complexes pour comprendre ce mécanisme.
- ▶ un modèle particulièrement utile pour comprendre les effets de l'intervention de l'Etat sur les marchés.

## Les effets d'une taxe ou d'une subvention : l'exemple d'une subvention fixe de la demande



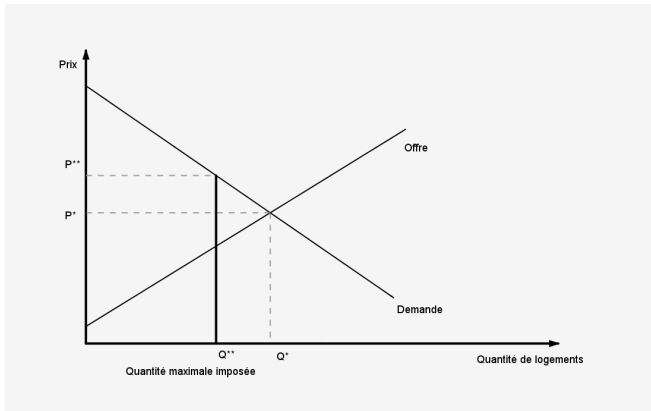
- ▶ Ces résultats théoriques sont conformes à ce qui peut être observés empiriquement.
- ▶ G. Fack note ainsi par exemple " que les estimations suggèrent qu'entre 50 % et 80 % des allocations logement perçues par les ménages à bas revenus suite à la réforme ont été absorbées par les augmentations de leurs loyers. L'étude suggère aussi que la réforme des aides, qui a permis aux étudiants de bénéficier de subventions pour se loger, a contribué à l'arrivée massive des étudiants sur le marché du logement, concourant ainsi à alimenter l'effet inflationniste des aides."
- ▶ Exemple aussi de l'effet de la TVA sur les prix à la consommation.
- ▶ Notion d'incidence fiscale
- ▶ effet d'une subvention ou d'une taxe dépend au final de l'élasticité-prix de l'offre et de la demande et peut varier entre le court et le long terme

## Les effets d'un contrôle des prix : l'exemple d'un prix plafond



Exemple du blocage des loyers depuis la fin de la première guerre mondiale qui a déprimé l'offre de logement et contribué à la pénurie de logement (ainsi qu'une baisse de la qualité des logements existants).

## Les effets d'un quota : l'exemple d'un quota maximal



Exemple de la limitation des constructions de logement dans des zones protégées qui conduit à une hausse du prix des logements dans la zone.



## Les modèles de concurrence imparfaite

- ▶ le modèle de CPP ne permet pas d'expliquer l'ensemble des logiques à l'oeuvre sur les marchés concrets
- ▶ nécessité de le compléter par d'autres types de modèle
- ▶ le modèle est par ailleurs plus ou moins pertinent selon le type de marché dont on veut rendre compte
- ▶ peu pertinent pour rendre compte des marchés où la concurrence est faible et où les asymétries d'information sont fortes
- ▶ développement des modèles de concurrence imparfaite en réponse

Deux grands types de modèle :

- ▶ modèles avec asymétrie d'information
- ▶ modèles avec pouvoir de marché (notamment des entreprises)

A chaque fois on relâche une ou plusieurs des conditions qui définissent la concurrence pure et parfaite : imperfections de marché

Le pouvoir de marché découle de deux possibilités :

- ▶ l'existence de barrières à l'entrée ou à la sortie du marché
- ▶ la différenciation des produits (concurrence monopolistique)

On se focalise ici sur la restriction de la concurrence côté offre (monopole, oligopole). Possibilité aussi d'un pouvoir de marché des demandeurs (exemple des supermarchés avec leurs fournisseurs)

D'où viennent les barrières à l'entrée ou à la sortie des marchés ?

- ▶ barrières légales : exemple des pharmacies ou des brevets
- ▶ barrières liées à la nécessité d'investissements très coûteux pour rentrer sur le marché sans possibilité de récupérer ses fonds en cas de sortie du marché (irrécupérabilité des coûts)
- ▶ exclusivité d'accès à certaines ressources (exemple : matières premières) ou à certaines technologies nécessaires
- ▶ la technologie de production : cas de l'existence d'économies d'échelle (monopole naturel)

- ▶ l'important n'est pas au final le nombre d'entreprises présentes sur le marché (notion d'atomicité qui structure la vision néoclassique de la concurrence) mais la potentialité de leur entrée (notion de concurrence potentielle).
- ▶ permet de pratiquer des prix plus élevés qu'en situation de concurrence.
- ▶ comportement différent des entreprises en cas de situation de monopole ou d'oligopole (possibilité notamment d'ententes)
- ▶ pouvoir de marché dépend aussi des caractéristiques de la demande. En cas de demande captive (exemple des situations où il existe des pénalités de sortie en cas de changement de fournisseur), les entreprises peuvent augmenter leur marge de façon plus importante.

- ▶ la différenciation des produits permet aux entreprises d'éviter une trop forte concurrence. Création d'une demande captive en lien avec les caractéristiques spécifiques du produit offert.
- ▶ les produits proposés par les différents producteurs étant en partie substituables, le producteur ne peut pas fixer n'importe quel prix mais il est moins contraint qu'en situation de concurrence pure et parfaite.
- ▶ les entreprises cherchent ainsi à innover pour proposer des produits différents ou à limiter l'entrée de concurrents sur les marchés où elles opèrent afin de maintenir des perspectives de profit élevé.
- ▶ En CPP, la concurrence conduit à un profit nul du fait de l'entrée d'entreprises sur le marché tant que la perspective de profit est positive. La situation de CPP peut de ce point de vue être considérée comme un cas limite vers lequel tend le marché (imitation des innovations, entrée de nouveaux concurrents qui conduisent à diminuer les marges des entreprises, etc.).

- ▶ nécessité d'une politique de la concurrence pour maintenir une pression concurrentielle.
- ▶ favoriser la transparence sur les différences de qualité et de prix des produits
- ▶ limiter les barrières à l'entrée des marchés
- ▶ interdire les ententes entre entreprises
- ▶ faciliter le changement de fournisseur pour les consommateurs

## Bibliographie

- ▶ Buisson-Fenet E. et Navarro.M (2012) *La microéconomie en pratique*, Collection Cursus, Armand Colin
- ▶ Fack G. (2005), " Pourquoi les ménages à bas revenus paient-ils des loyers de plus en plus élevés ? L'incidence des aides au logement en France (1973-2002) ", *Économie et statistique*, n° 381-382
- ▶ Laferrère A. et Le Blanc D. (2002), " Comment les aides au logement affectent-elles les loyers ? ", *Économie et statistique*, n° 351.