

Programme :

- Savoir illustrer la notion de marché par des exemples.
- Comprendre que dans un modèle simple de marché des biens et services, la demande décroît avec le prix et que l'offre croît avec le prix et être capable de l'illustrer.
- Comprendre comment se fixe et s'ajuste le prix dans un modèle simple de marché et être capable de représenter un graphique avec des courbes de demande et d'offre qui permet d'identifier le prix d'équilibre et la quantité d'équilibre.
- À l'aide d'un exemple, comprendre les effets sur l'équilibre de la mise en place d'une taxe ou d'une subvention.

Problématiques du cours :

Qu'est-ce qu'un marché ? Quelles sont les différents types de marchés ? Qu'est-ce que la demande ? Comment les prix influencent-ils la demande ? Qu'est-ce que l'offre ? Comment les prix influencent-ils l'offre ? Comment se forme et s'ajuste le prix sur un marché (en concurrence) ? Comment représenter graphiquement l'équilibre de marché ? Quels sont les effets d'une taxe et d'une subvention sur l'équilibre de marché ?

Plan du cours :

I. Qu'est-ce qu'un marché ?

II. Initiation des mécanismes de marché en milieu concurrentiel

- A) Définition de marché concurrentiel
- B) Comment la demande évolue-t-elle par rapport au prix ?
- C) Comment l'offre évolue-t-elle par rapport au prix ?

III. Comment la rencontre entre l'offre et la demande sur un marché concurrentiel aboutit-elle à la formation d'un prix ?

IV. Comment les pouvoirs publics peuvent-ils modifier l'équilibre de marché ?

- A) L'impact d'une taxe sur l'équilibre de marché
- B) L'impact d'une subvention sur l'équilibre de marché

I. Qu'est-ce qu'un marché ?

« Marché du travail », « supermarché », « marché de l'occasion », « marché du pétrole », « conclure un marché », « faire son marché » ... Ces expressions qui font référence au marché sont fréquemment utilisées. Mais le terme de « marché » a-t-il toujours le même sens ?

Document 1 : La diversité des produits échangés sur les marchés



a-Marché extérieur de Colmar



b-Wall Street, la Bourse de New York



c-Agence de voyages, Clisson (Loire Atlantique)



d- Agence immobilière, Ile de France

Q1 – Quels sont les produits échangés sur ces différents marchés ?

Q2 – Echange-t-on des biens ou des services ?

Q3 – A quelle échelle échange-t-on les biens et services (marché local, national, mondial) ?

Q4 – Trouvez une autre idée qui permet de distinguer ces marchés.

Q5 – Donnez d'autres exemples de marchés de votre choix.

Document 2 : La définition de marché

Un marché est défini comme le lieu de rencontre entre un groupe d'acheteurs et de vendeurs d'un bien ou d'un service particulier autour d'un prix. Le groupe des acheteurs détermine la demande pour le produit et le groupe des vendeurs détermine l'offre de produit.

Grégory N. Mankiw, Mark P. Taylor, *Principes de l'économie*, De Boeck, mars 2010.

Q1 – Surlignez la définition de « marché » dans le texte.

Q2 - Sur un marché, qui sont les offreurs ? qui sont les demandeurs ?

BILAN :

Le marché est le lieu où entrent en relation des acheteurs (.....) et des vendeurs (.....), et où cette confrontation aboutit à des échanges à un donné. Il existe autant de marchés que de biens et de services à échanger, et ils peuvent être d'échelle locale, nationale ou internationale. Le terme de marché peut désigner un lieu concret ou un lieu fictif (où acheteurs et vendeurs ne se rencontrent pas physiquement).

II. Initiation des mécanismes de marché en milieu concurrentiel

A) Définition de marché concurrentiel

Document 3 : Qu'est-ce qu'un milieu concurrentiel ?

Sur un marché parfaitement concurrentiel, tous les participants au marché, consommateurs et producteurs, prennent le prix comme une donnée. Autrement dit, ni les décisions de consommation des consommateurs individuels, ni les décisions de production des producteurs individuels ne peuvent affecter le prix de marché du bien.

Pour être parfaitement concurrentiel, un marché doit avoir beaucoup de producteurs, et de demandeurs.

Paul Krugman et Robin Wells, *Microéconomie*, De Boeck, 2013, p. 574-577

Q1 – Paragraphe 2 => Quelle est la condition nécessaire sur un marché concurrentiel ?

Q2 – Les énoncés ci-dessous représentent-ils un marché concurrentiel ?

- Le marché de fruits et légumes hebdomadaire
- Le marché de la haute couture
- Le marché du courrier postal
- Le marché aux puces de Marseille

Transition : Nous allons étudier comment la demande et l'offre évoluent dans un contexte de marché concurrentiel.

B) Comment la demande évolue-t-elle par rapport au prix ?

Activité de sensibilisation : Nathan dispose de 30 euros pour s'acheter des cerises. Cette année, il remarque que le prix au kilo a augmenté. Quand le prix du kilo de cerise est à 9 €, Nathan peut s'acheter 3 kg ($30 / 9 = 3,33$). A l'inverse, quand le prix du kilo de cerise s'élève à 13 €, Nathan ne peut se procurer que 2 kg ($30 / 13 = 2,3$).

Prix du ticket de cinéma	Demande de Nathan
9 €	3
13 €	2

→ Existe-t-il une corrélation entre demande et prix ?

Imaginons que Pierre, l'ami de Nathan, souhaite aussi acheter des cerises. Son budget est de 10 euros. Complétez les choix possibles de Nathan en fonction de son budget et du prix du kilo de cerises :

Prix du ticket de cerise	Demande de Nathan	Demande de Pierre
9 €	3
13 €	2

→ Au niveau global, quelle est la demande de cerises quand le prix est de 9 € ? Quand le prix est de 13 € ? Complétez le tableau ci-dessous :

Prix du kilo de cerise	Demande de Nathan	Demande de Pierre	Demande globale de marché (Nathan + Pierre)
9 €	3	1
13 €	2	0

→ Existe-t-il toujours une corrélation entre demande et prix ?

Document 4 : La « loi de la demande »

La quantité demandée d'un bien est la quantité de ce bien que les acheteurs souhaitent et sont capables d'acheter. [...] De nombreuses choses déterminent la quantité demandée d'un bien, mais lorsqu'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 le cône, vous achèteriez moins de cônes. Vous pourriez acheter une glace à l'eau (piroli) à la place. Si le prix de la glace tombait à 0,20 euro le cône, vous en achèteriez plus. [...]

Cette relation entre la quantité demandée et le prix 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.

Grégory N. Mankiw, Mark P. Taylor, Principes de l'économie, De Boeck, mars 2010

Q1 – D'après le texte, quel est le déterminant principal de la quantité de biens ou services que l'on demande ?

Q2 – Paragraphe 2 => Que signifie l'expression « toutes choses égales par ailleurs » ?

Q3 – Paragraphe 2 => Qu'est-ce que « la loi de la demande » ?

Q4 – Citez d'autres éléments (autre que celui du texte) qui peuvent influencer la demande d'un bien.

C) Comment l'offre évolue-t-elle par rapport au prix ?

Activité de sensibilisation : Vous avez reçu en cadeau une veste de bonne marque pour votre anniversaire mais la taille ne convient pas. Vous décidez alors de la vendre sur le site Vinted. Elle est neuve, vous ne voulez pas la brader. A quel niveau de prix allez-vous avoir envie d'offrir votre bien ? Pourquoi ?

Document 5 : La « loi de l'offre »

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 joue un rôle particulier dans notre analyse. Lorsque le prix des glaces est élevé, la vente de glaces est profitable et donc la quantité offerte est grande. [...]

A l'inverse, lorsque le prix des glaces est faible, l'affaire est moins profitable et donc les vendeurs produisent moins de glaces. A un prix bas, certains vendeurs peuvent même décider de cesser leur activité et leur quantité offerte tombe à zéro. [...] 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 et quand le prix baisse, la quantité offerte diminue aussi.

Grégory N. Mankiw, Mark P. Taylor, Principes de l'économie, De Boeck, mars 2010

Q1 – Rappelez de qui provient l'offre ?

Q2 – Qu'est-ce qui pousse les offreurs à produire une plus grande quantité lorsque le prix augmente ?

Q3 – Définissez la « loi de l'offre ».

Q4 – Citez un autre élément qui peut avoir une influence sur les quantités offertes (autre que celui du document).

Transition : On s'aperçoit que les acheteurs et les vendeurs ont des intérêts opposés. Les acheteurs cherchent à acheter les biens et services au prix le plus faible, les vendeurs souhaitent vendre leurs produits à un prix le plus élevé possible. Comment réconcilier offre et demande pour aboutir à l'échange ?

III. Comment la rencontre entre l'offre et la demande sur un marché concurrentiel aboutit-elle à la formation d'un prix ?

Document 6 : La représentation graphique de l'équilibre sur un marché

Imaginons un marché sur lequel s'échange un bien donné. Une étude de marché est réalisée auprès des consommateurs potentiels : on leur demande, pour plusieurs prix, combien de biens ils sont prêts à acquérir (il s'agit de la demande).

Du côté des offreurs, on interroge les entreprises pour savoirs combien de biens elles sont prêtes à produire pour chaque prix (il s'agit de l'offre). Cette étude se traduit dans le tableau ci-contre.

Prix (en euros)	Quantité Offre	Quantité Demande
1	0	150
2	10	130
3	20	110
4	30	90
5	40	70
6	50	50
7	60	30
8	70	20
9	80	10
10	90	0

Q1- Au prix de 2 €, quelles sont les quantités offertes par les producteurs ? Quelles sont les quantités demandées par les consommateurs ?

Q2 – Représentez sur un même graphique les données des tableaux ci-dessus. Vous mettrez en axe ordonné (trait vertical) les prix et en axe abscisse (trait horizontal) les quantités offertes et demandées de ce bien.

Pour tracer les courbes, utilisez ces grandeurs :

ORDONNÉ

1 carreau = 1 €

En abscisse : 1 carreaux = 10 quantités

Q3 – Que se passe-t-il sur ce marché si le prix est fixé à 8 € ? à 3 euros ?

Q4 – Quel prix permet de satisfaire à la fois les offreurs et les demandeurs ? Pourquoi ?

Q5 - A quelle quantité échangée correspond l'égalité suivante : $O = D$?

Q6 – Par quel mécanisme, l'offre et la demande ont-elles été égalisées ?

Q7 – Lorsque les quantités demandées sont supérieures aux quantités offertes, que doit faire le prix pour que les quantités offertes et demandées s'égalisent ?

Q8 – Lorsque les quantités demandées sont inférieures aux quantités offertes, que doit faire le prix pour que les quantités demandées et offertes s'égalisent ?

BILAN :

En général, les quantités offertes par les producteurs sont d'autant plus élevées que le prix est élevé. On dit que l'offre est une fonction du prix. Les quantités demandées par les consommateurs sont généralement d'autant plus faibles que le prix est élevé. On dit que la demande est une fonction du prix.

Dans un marché en (où il existe plusieurs offreurs et plusieurs demandeurs comme dans celui du marché de fruits et légumes), il existe un prix, appelé Il s'agit d'un équilibre car tous les offreurs disposés à vendre à ce prix-là vendent effectivement toute leur production et tous les acheteurs disposés à acheter à ce prix-là sont en mesure d'acheter tous les biens et services qu'ils désirent. Graphiquement, c'est le point d'intersection entre les courbes d'offre et de demande.

Sur le marché, toutes les ventes et tous les achats se font au même prix. L'équilibre est unique. Si l'offre est supérieure à la demande, le prix doit pour retrouver son point d'équilibre. Si la demande est supérieure à l'offre, le prix doit pour répondre à la pénurie.

IV. Comment les pouvoirs publics peuvent-ils modifier l'équilibre de marché ?

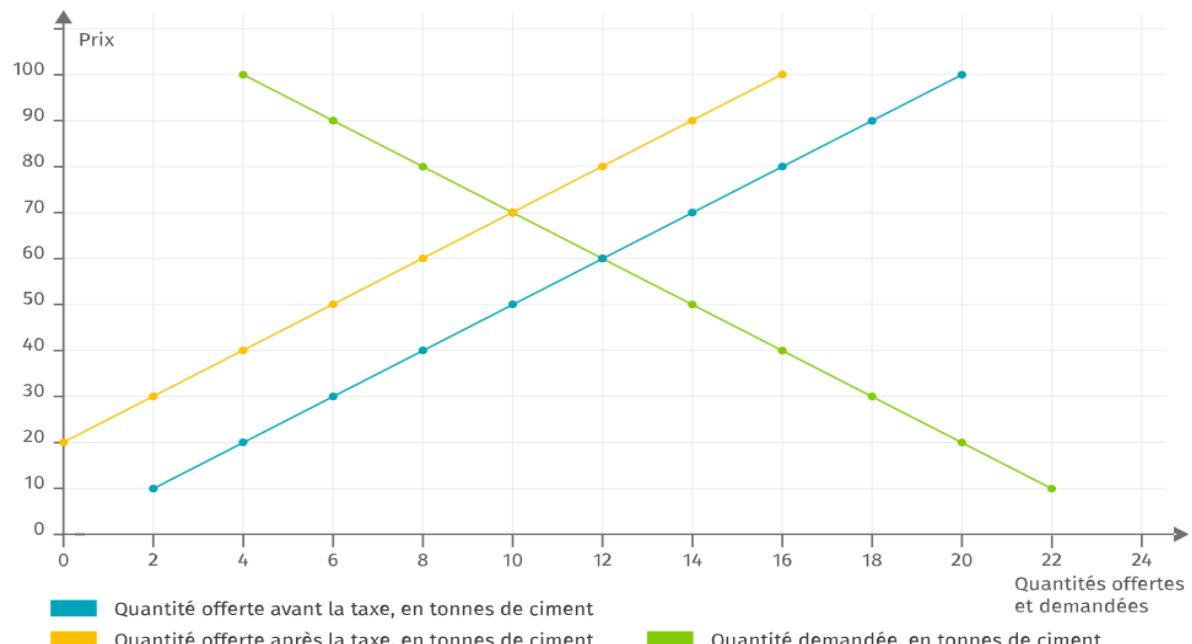
A) L'impact d'une taxe* sur l'équilibre de marché

Q1 – Dans un lexique de SES, relevez la définition de « taxe ».

Document 7 : L'équilibre de marché après l'instauration de la taxe

L'exemple donné ici est fictif. Pour lutter contre le changement climatique, les pouvoirs publics décident de créer une taxe en fonction du niveau de pollution, supportée par les producteurs. On s'intéresse ici aux répercussions de cette taxe sur le marché du ciment. Supposons que cette taxe conduise à une augmentation des couts de 20 euros par tonne [...]. Les données sont synthétisées dans le tableau ci-dessous :

Prix de la tonne de ciment (en euros)	Quantité demandée (en tonnes de ciment)	Quantité offerte avant la taxe (en tonnes de ciment)	Quantité offerte après la taxe (en tonnes de ciment)
10	22	2	0
20	20	4	0
30	18	6	2
40	16	8	4
50	14	10	6
60	12	12	8
70	10	14	10
80	8	16	12
90	6	18	14
100	4	20	16



Q1 - À combien s'élève le prix d'équilibre avant l'instauration de la taxe ? Quelle est la quantité échangée pour ce prix ?

Q2 - Estimez graphiquement le prix et la quantité d'équilibre après la taxe.

Q3 - Quel est l'effet de la taxe sur le prix et la quantité d'équilibre ?

Q4 - Cela correspond-il à l'objectif des pouvoirs publics ?

Document 8 : Des taxes pour limiter l'achat de certains produits ?

Donald Trump a annoncé l'imposition de droits de douane sur 200 milliards de dollars (171 milliards d'euros) d'importations en provenance des produits de Chine. [...] Cette taxe sera de 10 % à compter du 24 septembre. Le taux de 25 % n'entrera en vigueur que le 1er janvier 2019. [...] À la différence des droits de douane imposés précédemment, ceux-ci concernent désormais des produits grand public. Pendant les semaines d'audition, qui ont permis d'entendre 300 témoins et de collecter 6 000 contributions écrites, essentiellement opposées aux sanctions, les entreprises sont allées demander des exemptions. [...], tel Apple, dont les montres et les systèmes Bluetooth ont été exemptés. Il en va de même des chaises pour enfant, des casques de cycliste ou des produits chimiques pour l'agriculture.

Arnaud Leparmentier, « Commerce : Trump frappe, menace... puis négocie », Le Monde.fr, 18 septembre 2018.

Q1 - Pourquoi un pays peut-il chercher à taxer les produits venant d'un autre pays ?

Q2 - Quel peut être l'effet de ces taxes sur les prix des produits ?

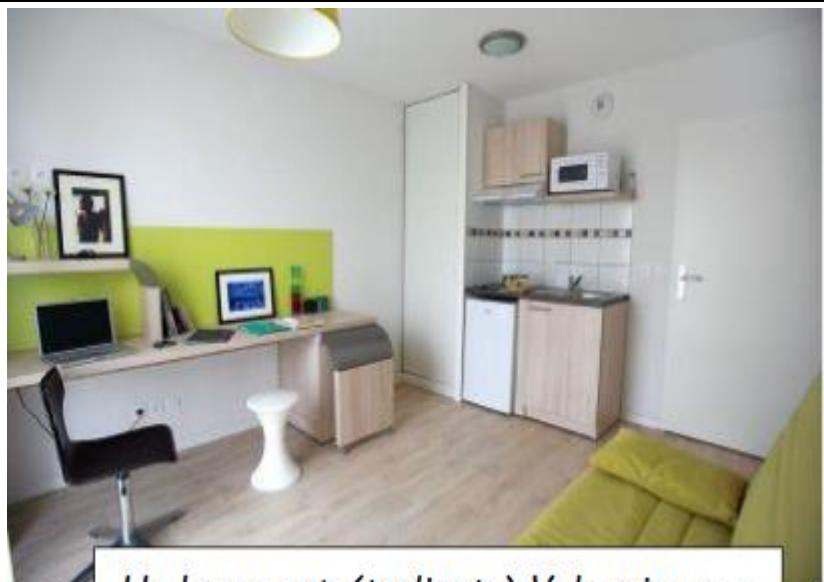
Q3 - Pourquoi un grand nombre d'entreprises utilisant des produits chinois ont-elles demandé à ne pas payer les taxes ?

B) L'impact d'une subvention* sur l'équilibre de marché

Si je vous dis qu'un gouvernement peut décider de mettre en place des aides financières visant divers objectifs : réduire les émissions de CO₂, favoriser l'agriculture biologique ou encore inciter la population à pratiquer une activité sportive par exemple. *Proposez une définition de subvention.

Document 9 : Les effets d'une subvention sur l'équilibre de marché

Désireuse d'aider les étudiants à se loger, la municipalité d'une grande ville universitaire met en place une subvention dont bénéficient tous les étudiants qui souhaitent s'inscrire dans un établissement de la ville. Une enquête réalisée avant et après la mise en place de la subvention révèle que les quantités demandées pour chaque niveau de loyer possible ont augmenté. Les résultats de cette enquête sont présentés dans le tableau ci-dessous. Il résume les informations dont nous disposons sur l'offre et la demande de chambres d'étudiant dans cette ville en fonction du loyer, avant et après mise en place de la taxe.



Un logement étudiant à Valenciennes

Prix : loyer mensuel proposé (en euros)	Nombre de chambres proposées	Nombre de chambres demandées avant la subvention	Nombre de chambres demandées après la subvention
300	1500	4500	5750
400	2250	3750	5000
500	3000	3000	4250
600	3500	2250	3500
700	4250	1500	2750
800	5000	750	2000

Source des données de l'exercice : Anselm, *Manuel de sciences économiques et sociales*, seconde, Hatier, 2019

Q1 – En quoi consiste l'aide des étudiants pour le logement ? Qui la finance ?

Q2 - Pourquoi les quantités demandées pour chaque niveau de prix ont-elles augmenté ?

Q3 - Quel est le prix et la quantité d'équilibre avant la mise en place de la subvention ?

Q4 – Quel est le prix et la quantité d'équilibre après la mise en place de la subvention ?

Q5 - Quelle a été la conséquence liée à la mise en place de la subvention ?

BILAN :

L'intervention des pouvoirs publics peut avoir des effets sur l'équilibre de marché.

D'une part, ils ont le pouvoir de mettre en place des qui peuvent avoir des effets sur les quantités échangées et sur les Ces impacts peuvent être la motivation même de l'intervention des pouvoirs publics. C'est le cas par exemple lorsqu'il s'agit d'appliquer une taxe environnementale dans le but de la demande de produits et d'activités néfastes à l'environnement. Ainsi, les produits taxés verront en effet leur prix, ce qui est supposé modifier les comportements d'achats des consommateurs (découragés par la hausse des prix).

D'autre part, l'Etat peut, par la mise en place de à la consommation, encourager l'achat de certains produits par la réduction de leur coût d'acquisition, et donc la demande. Ainsi, la mise en place d'une aide au logement aux étudiants a permis d'en favoriser l'acquisition.