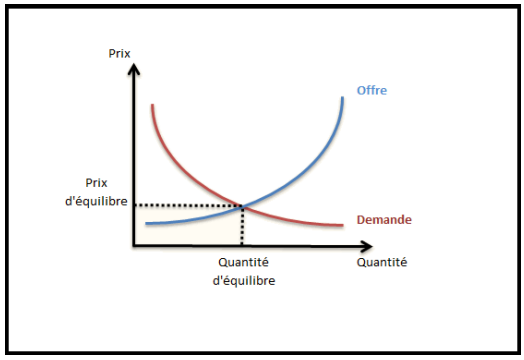
Chapitre 2 : Comment se forment les prix sur un marché ?

Manpower



« La rareté du fait donne du prix à la chose »
Jean de La Fontaine[1]

1. Le milan, le roi, et le chasseur (1693)

Table des matières

I Qu'est-ce qu'un marché ?

A Un lieu où se rencontrent acheteurs et vendeurs 3

B La diversité des marchés 5

II Comment se fixent les prix sur un marché

A La représentation graphique 6

B Les variations de l'offre et de la demande 9

III Les effets de l'intervention de l'État sur l'équilibre

A Les effets d'un taxe 12

B Les effets d'une subvention sur le prix d'équilibre 13

Avant de commencer :

Question 1 : Quels sont les points communs et les différences entre ses trois lieux ?
Question 2 : Selon-vous qu'est-ce qui déterminent les prix ?

I Qu'est-ce qu'un marché ?

A Un lieu où se rencontrent acheteurs et vendeurs

⊡ Document 1 : Définition du marché

Dans le sens premier, le marché désigne le lieu où des producteurs (commerçants, artisans, paysans) se rassemblent pour proposer directement leurs produits aux consommateurs. En économie, par extension, le marché est un système d'échanges où se rencontrent l'offre (les vendeurs) et la demande (les acheteurs). Le marché, qui concerne aussi bien les échanges de biens, de services que les échanges actifs financiers et immobiliers, est l'un des concepts fondamentaux de l'économie.

Question 3 : Donnez des exemples de marchés différents ?
Question 4 : Qu'est-ce qui permet de mettre d'accord les vendeurs et les acheteurs pour que l'échange se fasse ?

⚂ Document 2 : Un exemple : Le marché du café

Le marché mondial du café fait face à des excédents faramineux. Les cours de l'arabica ont sombré au plus bas depuis 2005 à New York. L'Organisation internationale du café craint pour la stabilité du secteur. Du Brésil au Vietnam, les plus grands producteurs de café de la planète n'ont jamais autant exporté. Les récoltes ont été abondantes et ils doivent écouler les milliards de grains amassés. Au cours des quatre premiers mois de l'année, près de 42 millions de sacs (un sac fait 60 kilos) ont été expédiés. C'est 6,6 % de plus qu'il y a un an, indique l'Organisation internationale du café (ICO). Ce bond des exportations d'arabica et de robusta « reflète l'abondance des approvisionnements » et il participe à assombrir le tableau, reconnaît le cabinet d'analyse spécialisé FO Licht. En effet, sur les marchés à terme, les cours du café n'en finissent plus de dévisser. A New York, ils ont touché vendredi dernier leur plus bas niveau depuis 2005. A 93,9 cents la livre, l'arabica vaut 20 % de moins qu'au printemps 2018 et déjà 8 % de moins depuis le début de l'année. La stabilité du secteur est menacée. Plusieurs éléments se conjuguent pour mettre les cours au plancher. Après une récolte historique l'an dernier au Brésil , « la prochaine, désormais imminente, devrait atteindre un record pour une année de floraison moins intense [imputable au cycle biennal de production de la variété, NDLR] », expliquent les analystes de Commerzbank. Muryel Jacques Mars 2019 Les Échos

Question 5 : Qui sont les offreurs et qui sont les demandeurs ?
Question 6 : Pourquoi peut-on parler de marché ici ?
Question 7 : Pourquoi le café a-t-il un cours alors qu'il n'existe pas de cours pour les voitures par exemple ?

⚂ Document 3 : J'TARA : LES SEIGNEURS DU MARCHANDAGE

Le marchandage a souvent été considéré comme un élément fondamental du fonctionnement du modèle commercial marocain, et en particulier de ses souks. Il est au cœur de leur système de fixation des prix, ou tout au moins de recherche d'informations. Tout comme le souk, le marchandage est considéré comme un élément culturel central auquel d'ailleurs la littérature coloniale a cherché avec plus ou moins de succès à trouver une justification : «le marchandage est un grand plaisir pour ces peuples qui ont le temps», écrira par exemple Gabriel de Tarde dans les années 20. Les guides touristiques regorgent par ailleurs de formules assez surprenantes qui, en l'état, relèvent plus, si l'on peut oser la formule, de la sociologie de bazar que d'une réflexion sérieuse et circonstanciée : marchander est une nécessité, si nous ne le faites pas vous paierez trop cher et vous froisserez le marchand. . . ».

Principe et processus du marchandage : joutes verbales et scénarisation La logique du marchandage comprend des règles, des rites et des routines, des comportements convenus, prévus et prévisibles. Ainsi, le marchandage passe par une étape de proposition, une étape de réfutation puis d'offuscation, et enfin de conciliation, que cette conciliation soit réalisée directement, de gré à gré, ou qu'elle passe par l'intervention d'un tiers. Elle nécessite des compétences permettant d'amadouer l'interlocuteur, de le valoriser, de le faire rire. L'expert en marchandage doit savoir prendre à témoin tant la foule, les hommes que le ciel ; il doit savoir partir et revenir. . . partir pour mieux revenir. Le marchandage, c'est d'abord et avant tout une joute oratoire qui doit s'appuyer sur la culture et les connaissances, les savoirs, savoir-faire et savoir-être des protagonistes. Ces derniers se doivent de maîtriser les bons mots et les formules chocs. On prétend que l'on doit parvenir à environ un tiers du prix demandé initialement. Le temps que l'on consacre à l'achat réjouit le vendeur. Il faut que les arguments destinés à faire céder l'adversaire soient amenés de loin, remplis de complications, emphatiques et excitants. On peut être plein de dignité ou beau parleur, le mieux est d'être les deux. Par la dignité, on montre des deux côtés que l'on n'attache pas une grande importance à l'achat ou à la vente. Par la faconde, on amollit la résolution de l'adversaire.

Elias Canetti écrira : «dans un pays où il existe une morale des prix, là où règnent les prix fermes, ce n'est aucunement un art d'acheter. Le premier imbécile venu trouve ce dont il a besoin. Il lui suffit de savoir lire les chiffres et il parvient à ne pas se faire escroquer». Camal Gallouj Directeur à HEC Rabat Professeur à l'Université Sorbonne Paris Nord 2019

Question 8 : Quel est le rôle du marchandage ?
Question 9 : Existe-t-ils d'autres marchés où les prix ne sont pas fixes ?

B La diversité des marchés

⚄ Document 4 : Les foires au moyen âge

Une cause importante du progrès des villes fut aussi le développement des marchés ou des foires, autour desquelles les populations se groupèrent et que les seigneurs protégeaient, y trouvant un moyen de s'enrichir grâce aux droits perçus sur les marchandises exposées. Les marchés se tenaient chaque semaine : paysans de la campagne voisine et boutiquiers du lieu y apportaient leurs produits. Il était interdit ces jours-là aux commerçants de la ville de rester chez eux ; ils devaient fermer leurs magasins et se rendre au marché sous peine d'amende. Très fréquentés, ces marchés devinrent partout le point de départ de quartiers nouveaux. Les foires ne se tenaient qu'à des dates plus éloignées, mais on y venait de plus loin. C'était le seul moyen de se procurer des produits des pays étrangers. Les marchands, à cause des difficultés de la route et des dangers provenant des brigands ou même des seigneurs, s'y rendaient par groupe. Elles duraient plusieurs jours, parfois des semaines entières. Paris avait ainsi trois foires principales par an. Les foires de Normandie, à Caen, pour les chevaux, celles de Poitiers, de Limoges, de Beaucaire (rendez-vous des marchands italiens), étaient également très achalandées. Mais les plus célèbres étaient les foires de Champagne, qui se tenaient six fois par an dans quatre villes différentes : en janvier à Lagny, à la Mi-Carême à Bar-sur-Aube, en mai et septembre à Provins, en juillet et novembre à Troyes. Chacune d'elles durait en moyenne quarante-huit jours, pendant lesquels on vendait des draps, des cuirs, des pelleteries, des chevaux. Des commerçants de toute l'Europe s'y rencontraient : la population de chaque ville doublait pendant la durée de la foire.

Question 10 : Existe-t-il encore des rencontres qui ressemblent aux foires du moyen âge ?

Question 11 : Quelle est la particularité des ses deux marchés ?

	Type de Marché						
	Biens et Services	Travail	Capitaux	Locale	Mondial	Numéri.	Physique
Voitures							
Agence d'intérim							
Cours en Ligne							
Uber							
Joueurs de foot Pro							
Actions d'une entreprise							
Achat en ligne							
Fruits locaux							

Question 12 : Cochez les cases correspondantes ?

Synthèse : remplissez le texte avec les mots suivants :
- types de marchés, dématérialisé, un prix, des offreurs , physique, fixes , des demandeurs

Le marché désigne un système d'échange où se rencontrent ..... et .....afin d'échanger. La rencontre permet de déterminer..... . Il existe une multitude de marchés différents. Les trois grands ..... sont : le marché du travail, le marché des biens et services, et le marché des capitaux. L'échange peut se dérouler dans un lieu ..... ou de façon..... (numérique). Les prix peuvent être..... ou fluctuer en fonction du contexte.

II Comment se fixent les prix sur un marché

A La représentation graphique

⚄ Document 5 : Les acheteurs et les vendeurs se rencontrent sur un marché

Lorsqu'il y a une sécheresse dans le Sud de l'Europe, le prix de l'huile d'olive augmente dans les supermarchés partout en Europe. Lorsque les Jeux Olympiques se sont tenus en Grèce en 2004, les prix des chambres d'hôtel à Athènes ont flambé. Lorsqu'une guerre éclate au Moyen-Orient, le prix du pétrole augmente en Europe et le prix d'une Mercedes d'occasion baisse. Qu'est-ce que ces évènements ont en commun ? Ils relèvent tous l'action de l'offre et de la demande. L'offre et la demande sont deux mots que les économistes utilisent très souvent et pour de bonnes raisons. L'offre et la demande sont des forces qui animent les économies de marché. Elles déterminent la quantité produite de chaque bien et le prix auquel il sera vendu. Si vous voulez savoir comment n'importe quel évènement ou n'importe quelle politique affecte l'économie, vous devez d'abord penser à la manière dont il (elle) influencera l'offre et la demande (...) Les termes offre et demande font référence au comportement des individus en interaction au sein des marchés. Un marché est

défini comme un groupe d'acteurs ou de vendeurs d'un bien ou d'un service particulier. Le groupe des acheteurs détermine la demande pour le produit et le groupe des vendeurs détermine l'offre de produit. *Gregory N. Mankiw, Mark P. Taylor, Principes de l'économie, 2010.*

Question 13 : Pourquoi la demande varie-t-elle sur le marché ?
Question 14 : Rappelez ce que sont les producteurs et les consommateurs. Qui représente la demande et qui représente l'offre pour l'économiste ?

- *La demande*

Document 6 : La relation entre les prix et les quantités
La quantité demandée d'un bien est la quantité de ce bien que les acheteurs souhaitent et sont capables d'acheter. Comme nous pourrons le voir, 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 par boule vous achèteriez moins de crème glacée. Vous pourriez acheter une sucette glacée à la place. Si le prix de la glace tombait à 0,20 euro par boule, vous en achèteriez plus. Comme la quantité demandée diminue lorsque le prix augmente et comme elle augmente lorsque le prix diminue, nous disons que la quantité demandée est négativement reliée au prix. 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. Gregory N. Mankiw, Mark P. Taylor, Principes de l'économie, 2010.

Question 15 : Qu'appelle-t-on la « loi de la demande » ?
Question 16 : Donnez deux exemples de votre choix pour illustrer la loi de la demande. ?
Question 17 : Imaginons que le prix des yaourts glacés diminue. Que devrait-il se passer selon la loi de la demande ? Comment va évoluer alors votre demande de cornets de glace

Il y a plusieurs variables qui déterminent la quantité demandée par les individus. Supposons un moment que toutes ces variables à l'exception du prix restent constantes (on raisonne donc en observant les prix, toutes choses étant égales par ailleurs). Et voyons maintenant comment le prix influe sur la quantité demandée. Le tableau suivant nous indique combien les consommateurs achètent de cornets de glaces chaque mois à différents niveaux de prix. Si les glaces sont gratuites, les consommateurs mangent 12000 cornets, mais à trois euros le cornet, ils n'en achètent que 2000. Le tableau met en évidence la relation entre les prix du produit et la quantité demandée.

Prix des Cornets de glace en €	Quantité demandée (en milliers)
0	12
0.5	10
1	9
1.5	8
2	6
2.5	4
3	2

Question 18 : Faire un graphique, en plaçant les prix sur l'axe des ordonnées et les quantités demandées sur l'axe des abscisses
Question 19 : Comment appelle-t-on la relation qui associe une baisse de la quantité demandée à une hausse des prix ?
Question 20 : Comment lisez-vous le graphique ?

- ***L'offre (ensemble de la production vendue sur les marchés)***

Document 7 :La relation entre les prix et les quantités
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. Les vendeurs de glaces travaillent de longues heures, achètent de nombreuses machines à glaces et embauchent de nombreux travailleurs. 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. Comme les quantités offertes augmentent lorsque le prix augmente et diminuent lorsque le prix baisse, on dit que la quantité offerte est positivement reliée au prix du bien. 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 aussi et quand le prix baisse, la quantité offerte diminue aussi.

Question 21 : Qu'appelle-t-on la « loi de l'offre » ?.
Question 22 : Donner deux exemples de votre choix pour illustrer « la loi de l'offre ».
Question 23 : On constate un effondrement du prix du café sur les marchés internationaux. Que vont faire les entreprises productrices de café ?
Question 24 : Comment se calcul le profit du producteur ?
Question 25 : Que se passe-t-il si le prix de vente de ses produits augmente ?
Question 26 : Imaginons un producteur qui produit du café et du cacao. Le prix de marché du café augmente, et le prix de marché du cacao baisse. Quel produit le producteur a-t-il intérêt à produire le plus ? Quel est le sens de la relation prix/offre ?

Prix des Cornets de glace en €	Quantité offerte (en milliers)
0	0
0.5	1
1	2
1.5	4
2	6
2.5	8
3	12

Question 27 : Tracez la droite d'offre de marché. Vérifiez que la pente de cette droite est positive.

- ***L'équilibre sur un marché***

Question 28 : Reprenez sur un même graphique, les courbes d'offre et de demande de glaces D et O. Comment se définit graphiquement le point d'équilibre ? Donnez les coordonnées du point d'équilibre ? Faites une lecture de ce point
Question 29 : Pour un prix de 2,5 euros : - Quelle est la quantité offerte ? - Quelle est la quantité demandée ? - S'agit-il d'une situation d'offre excédentaire ou de demande excédentaire ? - Est-ce une partie de l'offre ou de la demande qui n'est pas satisfaite ? - Faites apparaître le déséquilibre sur

le graphique.

Question 30 : Pour un prix de 1,5 euros : - Quelle est la quantité offerte ? - Quelle est la quantité demandée ? - S'agit-il d'une situation d'offre excédentaire ou de demande excédentaire ? - Faites apparaître le déséquilibre sur le graphique.

Question 31 : Que se passe-t-il lorsque l'offre est supérieure à la demande ?

Un marché est défini comme un groupe d'acteurs ou de vendeurs d'un bien ou d'un service particulier qui se rencontrent en un lieu réel ou fictif. La demande des consommateurs (ou des acheteurs), soit la quantité totale de produits qu'ils sont prêts à acheter, est une fonction décroissante du prix car elle augmente lorsque le prix diminue et elle diminue lorsque le prix augmente (c'est ce qu'on appelle la « loi de la demande »). La demande dépend essentiellement du prix mais d'autres variables peuvent l'influencer comme le revenu, les goûts des consommateurs, ou les prévisions qu'ils peuvent faire. L'offre des producteurs (ou des vendeurs) correspond à ce que les entreprises sont disposées à produire et à vendre, et dépend principalement du prix de vente. L'offre est généralement une fonction croissante du prix, ce qui implique qu'elle augmente lorsque le prix augmente et elle diminue lorsque le prix diminue (c'est ce qu'on appelle la « loi de l'offre »). L'offre dépend essentiellement des coûts de production (notamment les coûts des facteurs de production) et du progrès technique.

B Les variations de l'offre et de la demande

- *Les variations de la demande*

Pour les courbes réalisées précédemment, nous avons pris en compte les quantités souhaitées pour des niveaux de prix donnés à un moment particulier (par exemple l'été 2018). Les quantités souhaitées dépendent des préférences des uns et des autres. Or ces préférences peuvent changer d'une période à l'autre. Par exemple si une campagne de publicité vante les mérites d'un produit, il est probable qu'à la période suivante la demande des consommateurs augmente. C'est à dire que pour le même prix la quantité souhaitée sera plus élevée. Le document suivant présente les facteurs qui peuvent influencer la demande

Document 8 : Pourquoi la demande varie-t-elle sur le marché ?

De nombreuses variables (autres que le prix) sont à l'origine de la variation de la quantité demandée.
Le revenu. Qu'advient-il de votre demande de glaces si vous perdez votre petit boulot d'un été ? Fort probablement, elle déclinerait. Un revenu plus faible signifie que vous avez moins à dépenser dans certains biens –probablement la plupart (. . .)
Le prix des biens proches. Supposez que le prix des sucettes glacées diminue, la loi de la demande dit que vous en achèterez plus. En revanche vous achèterez peut être moins de crème glacée. Comme

la crème glacée et les sucettes glacées sont des confiseries réfrigérées, elles satisfont les mêmes envies (...)
Les préférences. Le déterminant le plus évident de votre demande est votre goût pour les choses. Si vous aimez la glace, vous en achèterez plus. Normalement, les économistes n'essaient pas d'expliquer les préférences des individus car elles reposent sur des forces historiques et psychologiques qui vont bien au-delà du champ de l'économie. En revanche, les économistes examinent ce qui se passe lorsque les préférences changent.
Les anticipations. Vos anticipations relatives aux évènements futurs peuvent influencer votre demande de biens et services aujourd'hui. Par exemple, si vous vous attendez à percevoir un revenu plus élevé le mois prochain, vous pourriez être tenté de dépenser une partie de votre épargne actuelle sous forme de glaces. Pour prendre un autre exemple, si vous anticipez que le prix de la glace baissera demain, vous seriez peut-être moins tenté d'en acheter un cornet au prix d'aujourd'hui.
Gregory N. Mankiw, Mark P. Taylor, Principes de l'économie 2010.

Question 32 : Pour chaque facteur, réalisez un petit schéma pour montrer les implications sur la quantité demandée.
Question 33 : L'équipe de football nationale a réalisé des performances très décevantes lors de la dernière coupe de monde. Quel sera l'impact sur la demande de maillots de l'équipe nationale ?
Question 34 : Représentez graphiquement l'augmentation de la demande. Le passage de D à D1 reflétant une hausse d'une période à l'autre. Puis le passage de D à D2 reflétant une baisse d'une période à l'autre. Expliquez les deux variations.
Si l'offre ne bouge pas quelle va être la conséquence d'une hausse de la demande ?

- ***Les variations de l'offre***

Document 9 : Pourquoi l'offre varie-t-elle sur le marché ?
Les coûts de production sont principalement déterminés par les prix des moyens de production et les progrès technologiques. Les prix des moyens de production tels que la main-d'œuvre, l'énergie ou les machines exercent de toute évidence une influence très importante sur le coût associé à un niveau de production donné. Avec la baisse du prix des ordinateurs au cours des trente dernières années, les entreprises ont de plus en plus remplacé des technologies manuelles par des technologies informatiques, comme pour la paye ou les opérations comptables. Un déterminant non moins important des coûts de production est constitué par **les progrès technologiques** diminuant la quantité de moyens de production nécessaire pour produire la même quantité de produit.
Paul Samuelson, William Nordhaus, Economie, Economica, 2005.

Question 35 : Rappelez la définition des coûts de production et celle du profit. Rappelez également la définition du progrès technique et de la productivité.
Question 36 : Quel serait l'impact d'une hausse brutale du prix des composants électroniques pour les constructeurs de téléphones portables ?
Question 37 : Listez l'ensemble des facteurs qui peuvent influencer l'offre
Question 38 : Les ressources pétrolières se raréfient et une guerre éclate dans un pays auquel la France a l'habitude d'acheter son pétrole, faisant brutalement augmenter le prix du carburant. Quelles en seraient les conséquences pour une entreprise de transports par camions (coûts de production, profit, offre) ?
Question 39 : Représentez graphiquement l'augmentation de l'offre. Le passage de O à O1 reflétant une hausse d'une période à l'autre. Puis le passage de O à O2 reflétant une baisse d'une période à l'autre. Expliquez les deux variations
Si la demande ne bouge pas quelle va être la conséquence d'une hausse de l'offre ?

Synthèse : La courbe d'offre du producteur représente la quantité offerte pour

chaque niveau de prix possible d'un bien ou service. La courbe d'offre du marché est construite par agrégation des courbes individuelles d'offre. A chaque niveau de prix, elle fait correspondre la somme de toutes les offres de tous les producteurs. Elle a la même allure que la courbe d'offre individuelle, elle est généralement croissante (plus les prix montent plus les producteurs veulent vendre) La courbe de demande d'un bien ou service par un consommateur représente l'ensemble des quantités demandées par ce consommateur aux différents prix possibles de ce bien ou service. La courbe de demande du marché est construite par agrégation des courbes individuelles de demande. Elle a la même allure que la courbe de demande individuelle, elle est généralement décroissante (plus les prix montent moins les consommateurs veulent acheter) Au croisement des deux courbes, les quantités offertes et demandées s'égalisent. Se fixe alors un prix d'équilibre. La confrontation entre l'offre et la demande aboutit à la fixation d'un prix auquel se réalisera l'échange. Théoriquement, sur un marché particulier l'agrégation de toute l'offre et de toute la demande devrait faire apparaître un prix d'équilibre qui permet à l'offre de rencontrer une demande équivalente. Au prix d'équilibre, le marché est en équilibre. Il faut distinguer le déplacement sur la courbe de demande (la quantité demandée se modifie en fonction du prix) du déplacement de la courbe de demande provoquée par un changement dans les revenus ou les préférences des consommateurs.

III Les effets de l'intervention de l'État sur l'équilibre

Le prix est un coût pour le consommateur, et une recette pour le producteur. Lorsque les prix sont modifiés, les comportements des consommateurs et des producteurs sont également modifiés. Nous allons voir comment taxes et subventions changent les prix, et donc les comportements des consommateurs et des producteurs.

A Les effets d'un taxe

Document 10 : Quel est l'intérêt de la mise en place d'une taxe ?

Les agents économiques, producteurs ou consommateurs, peuvent parfois avoir des comportements néfastes pour l'ensemble de la société, sans qu'ils en paient le prix. Pire : c'est souvent la société, dans son ensemble, qui doit payer le prix de leur comportement. Par exemple, un agriculteur peut utiliser des pesticides pour augmenter le rendement de sa production (et donc dans l'espoir d'augmenter son profit), sans prendre en compte le fait que ces pesticides puissent avoir un effet nocif sur la santé de ceux qui mangeront ses produits. Cet effet nocif sera pris en charge par l'ensemble de la société, puisque ce seront les hôpitaux publics qui prendront en charge la plus grande partie des coûts engendrés par cette pollution. Autre exemple, la personne qui prend l'avion pour aller en vacances en Asie contribue au rejet d'une grande quantité de gaz à effet de serre, lequel est responsable aujourd'hui du réchauffement climatique, et donc de la montée des océans et du fait que certaines îles en sont en train de disparaître. Or, le billet d'avion ne prend pas en compte les coûts que vont engendrer les futurs déplacements des millions de réfugiés climatiques. Les actions des agents économiques ont donc parfois un effet externe négatif qu'ils ne subissent pas mais que l'ensemble de la société (ou de l'Humanité) subit. La taxe a pour objectif de leur faire payer ce coût : c'est le principe « pollueur-payeur ». L'objectif de la taxe n'est pas de punir le pollueur, mais plutôt de l'inciter à changer de comportement, en changeant les prix relatifs : il s'agit d'augmenter le prix du produit nocif par rapport au prix du produit non nocif. Par exemple, la taxe sur les cigarettes augmente le prix à la consommation de cigarette, et incite à arrêter de fumer en achetant des patchs de nicotines, qui seront moins chers. L'efficacité de la taxe dépend de l'existence d'un produit de substitution : les patchs en remplacement de la cigarette par exemple. La taxe sur les cigarettes permet donc de baisser la quantité de cigarette consommée et produite. L'effet de la taxe est d'autant plus important si le produit de substitution est subventionné, car les prix relatifs changent encore plus au profit du produit non nocif.

Alain Santino, 2019

Question 40 : Quel peut être l'intérêt de mettre en place une taxe ?

Question 41 : Quel est l'effet d'une 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 de ciment. On s'intéresse ici aux répercussions de cette taxe sur le marché du ciment. Supposons que cette taxe conduise à une augmentation des coûts de 20 euros par tonne [...]. Les données sont synthétisées dans le tableau ci-dessous :

Prix de la tonne	Qté demandée(t)	Qté offerte avant la taxe (t)	Qté offerte après la taxe
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

Source des données de l'exercice (sans les questions) : Vincent Clément, Manuel de SES de seconde, lelivrescolaire.fr, 2019

Question 42 : Tracer les 3 courbes, puis indiquer quels sont les prix et les quantités d'équilibre avant la mise en place de la taxe ? Quel est l'effet de la mise en place de la taxe sur les courbes ?
Question 43 : Expliquer le déplacement de la courbe d'offre . Quels sont les nouveaux prix et quantités d'équilibre ?
Quel est le prix payé par les consommateurs et celui payé par les producteurs ? A quoi correspond la différence entre les deux prix ?
Question 44 : Quel est l'effet lié à la mise en place d'une taxe sur les producteurs ?

B Les effets d'une subvention sur le prix d'équilibre

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.

Loyer en €	Offre	Demande avant subvention	Demande après 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

Question 45 : Qu'est-ce qu'une subvention ?
Question 46 : Pourquoi les quantités demandées pour chaque niveau de prix ont augmenté ?
Question 47 : Représenter la situation avant la mise en place de la subvention en bleu, puis indiquer quel est le prix et la quantité d'équilibre ?
Représenter en rouge la situation après la mise en place de la subvention. Quelle a été la conséquence

liée à la mise en place de la subvention ?

Demande : Agrégation de tous les agents qui souhaitent acquérir un bien ou un service sur un marché. Ex : la demande sur le marché du téléphone mobile se compose de tous les agents qui souhaitent acquérir un téléphone mobile (ménages, entreprises, administrations).

Offre : Agrégation de tous les agents qui souhaitent vendre un bien ou un service sur un marché. Ex : l'offre sur le marché automobile se compose de tous les agents qui souhaitent vendre une automobile (particuliers, concessionnaires, garages...)

Prix d'équilibre : le prix d'équilibre est celui qui assure l'égalité entre les quantités offertes et demandées à partir de la confrontation de l'offre totale et de la demande totale sur le marché d'un bien ou d'un service.

Marché : lieu où se confrontent une offre et une demande pour aboutir à des échanges au prix du marché. Il existe un marché pour chaque type de bien et chaque marché donne lieu à la formation d'un prix.