

Chapitre 1 : Comment le marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

Discipline de référence	Questionnement	Le programme officiel
Sciences Economiques	Comment le marché concurrentiel fonctionne-t-il ?	- Savoir que le marché est une institution <i>et savoir distinguer les marchés selon leur degré de concurrence (de la concurrence parfaite au monopole)</i> ; (I) - Savoir interpréter des courbes d'offre et de demande ainsi que leurs pentes, et comprendre comment leur confrontation détermine l'équilibre sur un marché de type concurrentiel où les agents sont preneurs de prix ; (II) - Savoir illustrer et interpréter les déplacements des courbes et sur les courbes, par différents exemples chiffrés, notamment celui de la mise en œuvre d'une taxe forfaitaire ; (II) - Savoir déduire la courbe d'offre de la maximisation du profit par le producteur et comprendre qu'en situation de coût marginal croissant, le producteur produit la quantité qui permet d'égaliser le coût marginal et le prix. Savoir illustrer par des exemples ; (FM1) - Comprendre les notions de surplus du producteur et du consommateur. (III)

Notions du programme : marché, marché concurrentiel, institution, offre, demande, prix et quantité d'équilibre, preneur de prix, taxe forfaitaire, profit, coût marginal, surplus du producteur, surplus du consommateur.

Notions complémentaires : coordination, échange marchand, loi de rendements marginaux décroissants, exclusion par les prix, signal économique, droits de propriété, offre, demande, impôt, taxe, prélèvement forfaitaire, incidence fiscale, gain à l'échange, rationnement.

Prérequis :

- Seconde : science économique*, modèle*, allocation des ressources*, producteur*, consommateur, marché*, prix*, courbe d'offre*, courbe de demande*, entreprise*, facteur de production*, consommation intermédiaire, bien, service, profit, taxe*, subvention*, norme juridique, pouvoir politique*, revenu*.

Objectifs :

- Définir, distinguer et illustrer les notions du programme ;
- Distinguer, illustrer et utiliser les notions complémentaires ;
- Expliquer que le marché suppose l'existence de normes juridiques (droit de propriété, droit des obligations, droit des consommateurs) construites pas les pouvoirs politiques et garanties par l'existence d'instance juridique ;
- Expliquer que le marché est une institution qui contribue à la coordination des agents économiques ;
- Connaître les principales caractéristiques d'un marché concurrentiel ;
- Tracer une courbe d'offre et une courbe de demande, et déterminer graphiquement le prix et la quantité d'équilibre ;
- Représenter graphiquement une variation de la demande et de l'offre, et expliquer graphiquement l'ajustement par les prix permettant de retrouver un prix et une quantité d'équilibre ;
- Citer les déterminants de l'offre et de la demande ;
- Expliquer le choix du volume de production d'un producteur ;
- Expliquer graphiquement le surplus du consommateur, le surplus du producteur et le gain à l'échange ;
- Expliquer que le prix est un vecteur d'information et une procédure d'incitation ;

Plan :

- I- Le marché.
- II- L'offre et la demande : un modèle de marché concurrentiel.
- III- Le surplus du producteur et du consommateur. Le gain à l'échange.

Fiche méthode 1 : Le choix du volume de production.

I- Le marché.

A- **Comment définir un marché ?**

- 1- Une première définition.

Document 1.

Pour ceux qui ont besoin d'un bon café pour démarrer la journée, cela peut devenir une habitude coûteuse que de prendre une tasse de café le matin. Le 6 octobre 2006, cette habitude est devenue un peu plus chère, car Starbucks, le leader mondial des boissons à base de café, augmenta ses prix pour la première fois en 6 ans. Comment expliquer cette augmentation ? Principalement, par le fait que le coût d'un ingrédient majeur, - les grains de café – avait augmenté de manière significative. En fait, le prix du café a doublé entre 2002 et 2006.

Qui a décidé d'augmenter le prix du café en grain ? Personne : les prix ont augmenté en raison d'événements que personne ne contrôle. Plus précisément, la principale cause d'augmentation du prix du café a été une diminution importante de l'offre de café de la part des deux premiers exportateurs mondiaux : le Brésil et le Vietnam.

Au Brésil, la diminution de l'offre fut une réaction retardée à la faiblesse des prix plus tôt dans la décennie, qui amena les cultivateurs de café à diminuer les surfaces exploitées. Au Vietnam, le problème était climatique : une sécheresse prolongée réduisit les récoltes de café dans des proportions importantes.

Et une offre plus faible de café en grain de la part du Vietnam ou du Brésil se traduit inévitablement par des prix plus élevés du café que nous buvons tous les jours. C'est simplement une question d'offre et de demande. (...) Les vendeurs et les acheteurs de café composent un marché : un groupe de producteurs et de consommateurs qui échangent un bien ou un service contre paiement.

Source : P Krugman, R Wells, **Microéconomie**, Editions De Boeck, 2009

Question 1 : Quelle est la définition du marché proposée par les auteurs ? Donnez des exemples de marché.

Question 2 : Pour quelles raisons le prix du café a-t-il doublé entre 2002 et 2006 ? Vous distinguerez le cas du Brésil et du Vietnam.

Question 3 : Expliquez le sens de la phrase soulignée.

Question 4 : A partir de vos connaissances et de la réponse à la question précédente, expliquez les raisons pour lesquelles il existe une multitude de marchés.

2- *Le marché contribue à la coordination des agents économiques.*

Document 2.

Nous sommes un dimanche après-midi au printemps 2011, et la Route 1 dans le New Jersey est très encombrée. Les gens se pressent par milliers dans les centres commerciaux qui longent la route sur des kilomètres. (...) Cette scène est parfaitement ordinaire, tout comme celles que l'on pourrait observer le même après-midi le long de centaines d'autres portions de routes à travers les États-Unis. (...)

Cette scène ordinaire n'aurait pas du tout paru ordinaire à un Américain de l'époque coloniale (...). Imaginez qu'un Américain vivant à cette époque puisse voyager dans le temps pour être transporté dans le présent. Qu'est-ce qui pourrait étonner ce voyageur du temps ? La chose la plus étonnante serait sûrement la prospérité atteinte par le monde moderne – l'éventail de biens et services auxquels les familles ordinaires ont accès. (...) Notre voyageur se demanderait « Comment ma société pourrait-elle parvenir à cela ? ».

La réponse est que pour parvenir à ce niveau de prospérité, il faut un système efficace de coordination des activités productives – les activités qui créent les biens et services que veulent les gens, et qui les acheminent vers ceux qui les demandent. (...) Il doit y avoir quelque chose que notre économie¹ sait faire (...). Mais croyez-le ou non, personne en particulier n'est responsable. Les économies modernes fonctionnent comme des économies de marché², dans lesquelles la production et la consommation sont le résultat de décisions décentralisées prises par de nombreuses firmes³ et individus. Il n'existe aucune autorité centrale indiquant aux gens quoi produire ou vers où le transporter. Chaque producteur individuel fait ce qu'il pense être le plus profitable, et chaque consommateur achète ce qu'il a choisi.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°2-3

¹ Le terme « économie » est à prendre au sens de système économique c'est-à-dire d'un ensemble d'agents économiques et d'institutions qui contribuent à la production, à la répartition et à la consommation de richesses.

² Les économies de marché sont des systèmes économiques complexes où la logique du marché est dominante.

³ Entreprises

Question 1 : Expliquez la partie de phrase soulignée en vous appuyant sur la définition d'activité productive donnée dans le texte.

Question 2 : Pourquoi faut-il rendre cohérentes entre elles les activités productives ?

Question 3 : Quelles sont les deux principales caractéristiques de cette coordination ?

B- Marché et institution.

1- Le marché a besoin d'institution pour fonctionner.

a- *Les droits de propriété au fondement de l'échange marchand.*

Document 3 : A quoi servent les droits de propriété ?

Dans une économie, le capital relève généralement de la propriété privée (...). Chaque lopin de terre relève d'un acte ou d'un titre de propriété ; presque toutes les machines et tous les bâtiments appartiennent à des individus ou à des entreprises. Les droits de propriété donnent à leurs possesseurs la capacité d'utiliser, échanger, (...) ou exploiter leurs biens capitaux. Ces biens ont aussi une valeur marchande ; les individus peuvent acheter et vendre des biens de capitaux au prix atteints sur le marché. (...).

Les droits de propriété privée définissent la capacité des individus ou des entreprises de posséder, acheter, vendre et utiliser les biens capitaux et autres propriétés (...). Ces droits sont mis en œuvre par l'intermédiaire d'un cadre juridique, qui forme l'ensemble des lois à l'intérieur desquelles l'économie opère. Un cadre juridique efficace et acceptable (...) comprend la définition des droits de propriété, le droit des obligations, un système de règlement des conflits.

Source : Paul Samuelson, William Nordhaus, *Economie*, Economica, (1948), Edition 2005

Question 1 : Précisez ce que permet le droit de propriété au propriétaire du bien.

Question 2 : Ces droits de propriété sont-ils nécessaires à la réalisation d'un échange marchand ?

Question 3 : Comment les droits de propriété sont-ils instaurés ? Comment sont-ils garantis ?

Question 4 : En vous appuyant sur le texte et sur la question précédente, précisez si ces droits de propriétés sont suffisants pour la réalisation d'un échange marchand ?

b- *Le marché nécessite des règles juridiques pour fonctionner.*

Document 4 : Le marché est soumis à des normes juridiques

Vu le règlement n°852-2004 du 29 avril du Parlement Européen et du Conseil ;

Vu la loi n°69-3 du 3 janvier 1969 relative à l'exercice ambulants (...);

Considérant que, dans l'intérêt général, il convient d'adapter la réglementation du marché de Saint Didier au Mont d'Or à l'évolution générale du commerce non sédentaire,

ARRETE

III : Organisation générale du marché municipal.

Article 1 : Emplacements du marché.

- Le marché municipal se tient place Louis Pradel aux emplacements fixés par l'administration municipale (...)

Article 2 : Horaires du marché.

- Le marché se tient le mercredi de 7h00 à 12h30.

- A partir de 7h30, l'agent de Police municipale ou son représentant pourra disposer de tous les emplacements vacants.

- La vente doit cesser à 12h30 et les emplacements du marché évacués à 13h00 afin de permettre le nettoyage de la place.

IV : Modalité d'attribution des places.

Article 1 : Procédure de demande d'emplacement.

- Les permissions de ventes donnant droit à un emplacement ne sont délivrées par le Maire qu'à la suite d'une demande faite par écrit.

Article 3 : Critères d'attribution des places.

- Les emplacements sont attribués au fur et à mesure des disponibilités.

- Le nombre de marchands est limité à vingt-sept : 18 emplacements alimentaires et 9 emplacements non alimentaires.

Article 6 : Abonnements.

- Un abonnement doit être obligatoirement souscrit par le commerçant pour bénéficier d'un emplacement fixe.

V : Fonctionnement du marché.

Article 1 : Arrivée sur le marché et installation des étals.

- Les marchands veilleront à respecter les limites de leur emplacement ainsi qu'à l'alignement et aux couloirs de sécurité.

Article 2 : Affichage, poids et mesures.

- L'affichage de la nature, de la qualité et de l'origine des produits à vendre est obligatoire.

- L'affichage du prix des produits à vendre est obligatoire.

- Les poids et balances devront être tenus dans un état constant de propreté et satisfaire en permanence aux exigences d'un contrôle du service des poids et mesures.

- Le pesage et le mesurage des marchandises vendues sur les marchés seront faits de façon à ce que l'acheteur puisse vérifier par lui-même la pesée.

Article 3 : Dispositions spéciales concernant les denrées alimentaires.

- Les marchands de denrées alimentaires doivent protéger efficacement les denrées mises en vente contre les causes permanente de pollution.

VI : Interdictions.

Article 1 : Interdiction à la vente sans autorisation.

- Il est formellement interdit aux commerçant d'exercer d'autres activités commerciales que celles pour lesquels ils ont été autorisés.

VII : Sanctions.

Article 2 : Retrait des autorisations.

- Toute tromperie sur le poids, le nombre, le volume ou la nature de la marchandise vendue ou mise en vente sera rigoureusement réprimée et entraînera le retrait immédiat de l'autorisation d'occupation.

Source : d'après l'Arrêté municipale, Réglementation générale du marché forain municipale, Mairie de Saint Didier au Mont d'Or, 02/2011

Question 1 : De quel type de marché est-il question dans ce texte ? Qui est compétent pour décider des règles de fonctionnement d'un tel marché ?

Question 2 : A partir de ce texte, citez des éléments qu'une commune doit définir pour faire fonctionner son marché.

Question 3 : Donnez au moins trois exemples de normes juridiques qui s'imposent au vendeur sur un marché. Précisez qui détient le pouvoir de mettre en place ces normes.

Question 4 : Pour quelles raisons ces normes sont-elles mises en place ?

2- Le marché, une institution.

Document 5 : Qu'est-ce qu'une institution ?

Les institutions sont les contraintes établies par les hommes qui structurent les interactions humaines. Elles se composent de contraintes formelles (comme les règles, les lois, les constitutions), de contraintes informelles (comme des normes de comportement, de conventions, des codes de conduite auto-imposées).

Source : Douglas North, cité par Bernard Chavance, L'économie institutionnelle, La découverte, coll. Repères, 2007

Entendue au sens large, la notion « d'institution » désigne la plupart des faits sociaux¹ dès lors qu'ils sont stables, se transmettent d'une génération à l'autre et s'imposent aux individus. Dans ce cas, on appellera « institution » les mœurs, les coutumes, les règles du marché, les religions ; l'Église est une institution, comme la corrida en Espagne, les vacances à la mer, le tour de France et les recettes de cuisines traditionnelles... A terme, toute la vie sociale peut se ramener à un ensemble d'institutions. (...)

Pour essayer de donner un sens plus précis, et plus utile, à la notion d'institution, il faut la considérer comme le substantif du verbe instituer et considérer que celui-ci s'applique à deux grands types d'objets : les collectifs, les peuples, les nations d'un côté, les individus de l'autre. « Instituer » c'est faire passer de l'état de nature, de désorganisation et d'inexistence sociale, à celui de culture, d'ensemble organisé et d'activité sociale reconnue. En ce sens, les institutions sont les appareils, les lois, les représentations, les activités qui opèrent cette transmutation de la « nature » en « société ».

Source : François Dubet, *Institution*, in Sylvie Mesure et P. Savidan (dirs), **Le dictionnaire des Sciences humaines**, PUF, Coll. Quadrige, 2006 (pp. 633-634)

(1) *Fait social* : les faits sociaux désignent les "manières d'agir, de penser et de sentir, extérieures à l'individu et qui sont douées d'un pouvoir de coercition en vertu duquel ils s'imposent à lui". Le fait social est extérieur à l'individu, s'impose à lui et trouve son origine dans la société (ex. Suicide).

Question 1 : En vous appuyant sur le premier texte du document 4, donnez des exemples de contraintes formelles et informelles nécessaires au bon fonctionnement du marché.

Question 2 : En vous appuyant sur le second texte du document 5, expliquez en quoi le marché est une institution.

Question 3 : Donnez des exemples d'institutions.

II- L'offre et la demande, un modèle de marché concurrentiel.

Question 1 : Rappelez la définition du concept de modèle. Donnez un exemple de modèle.

Document 7 : Le modèle du marché 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, aucun d'entre eux n'ayant une part de marché importante. La part de marché d'un producteur est la fraction du produit total du marché que représente la production de ce producteur. La répartition des parts de marché représente une différence majeure entre le marché des céréales et le marché des produits pour petit déjeuner. Il y a des milliers de producteurs de blé, aucun d'entre eux ne représentant plus qu'une petite part de l'ordre de 1% des ventes totales de blé. Le marché des céréales pour petit déjeuner est en revanche dominé par quelques producteurs. Les responsables de Kellogg's (...) savent qu'une modification de leur production affectera significativement l'ensemble de la quantité offerte.

(...) un marché ne peut être parfaitement concurrentiel que si les consommateurs considèrent les produits de tous les producteurs comme équivalents. Ce n'est pas clairement le cas sur le marché des céréales pour petit déjeuner : les consommateurs ne considèrent en effet pas les différentes marques comme parfaitement substituables. En conséquence, une marque a une certaine capacité à augmenter son prix sans craindre de perdre tous ces clients au profit d'une autre marque. (...) En revanche, les consommateurs considèrent les produits de deux producteurs de blé comme parfaitement substituables. En conséquence, un agriculteur ne peut pas augmenter le prix de son blé sans voir toutes ses ventes diminuer au profit d'autres agriculteurs. (...) Un bien est un produit homogène si les consommateurs considèrent les produits de différents producteurs comme étant les mêmes. (...)

Tous les marchés parfaitement concurrentiels comportent beaucoup de producteurs ayant des petites parts de marché et produisant un produit standardisé. La plupart des marchés concurrentiels ont également une autre caractéristique : il est facile pour de nouvelles firmes¹ d'entrer sur le marché, ou pour des firmes¹ qui sont actuellement sur le marché d'en sortir. (...) quand il n'y a d'obstacles ni à l'entrée ni à la sortie d'un marché, on dit qu'il y a libre entrée et sortie du marché.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°574-577

¹entreprises

Question 1 : Quelle est la première condition nécessaire sur un marché concurrentiel ?

Question 2 : Quelles sont les trois conditions nécessaires à la concurrence parfaite ?

A- Construction des courbes d'offre, de demande et détermination du prix d'équilibre.

Document 8.

Supposez que l'offre prévisionnelle¹ de fraises du Périgord soit la suivante :

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

Supposez que les fraises du Périgord ne puissent être vendues qu'en France. La demande prévisionnelle² française de fraises du Périgord est la suivante :

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

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°163

¹ l'offre prévisionnelle désigne les quantités d'un bien ou d'un service que les producteurs offriront à des prix différents (plan des producteurs).

² la demande prévisionnelle désigne les quantités d'un bien ou d'un service que les consommateurs voudront acheter à des prix différents (plan des consommateurs).

Question 1 : Dans ce problème, a-t-on des informations sur les demandes et les offres individuelles ou sur les demandes et les offres globales ? Comment fait-on pour passer de l'une à l'autre ? Que désignent l'offre et la demande ?

Question 2 : Tracez la courbe représentative de la fonction de demande et la courbe représentative de la fonction d'offre de fraises du Périgord. En abscisse, la gradation se fera de 0 à 20 centaines de kilos (1 carreau pour une centaine de kilos). En ordonnée, prévoyez une gradation de 0 à 30 euros (1 carreau pour 5 euros).

L'axe des abscisses indiquera les valeurs de la variable expliquée (quantités) alors que l'axe vertical indiquera les valeurs de la variable explicative (prix). Pour lire correctement les informations économiques du graphique, il faudra donc partir de l'axe des ordonnées (le prix) pour connaître ensuite la valeur des abscisses (les quantités).

Question 3 : Caractérisez la courbe représentative de la fonction de demande.

Question 4 : Quelle est la conséquence d'une diminution de la pente de la courbe représentative de la fonction de demande sur l'évolution des quantités demandées en fonction du prix ?

Question 5 : Caractérisez la courbe représentative de la fonction d'offre.

Question 6 : Quelle est la conséquence d'une diminution de la pente de la courbe représentative de la fonction d'offre sur l'évolution des quantités demandées en fonction du prix ?

Question 7 : Pourquoi la courbe d'offre est-elle croissante ? (Voir fiche méthode 1)

Question 8 : Quelle est la signification économique du point d'intersection entre les deux courbes ?

SYNTHESE. Complétez le texte avec les termes suivants : *marché, exclus, offreurs, faible, offre, offre, sens inverse, sensibles, quantité offertes, marché concurrentiel, producteurs, individuelles, prix du marché, prix, prix, prix, prix, quantité demandée, demande, demandeurs.*

Le modèle de l'..... et de la illustre comment fonctionne le, sur lequel il y a de nombreux acheteurs, aucun n'étant en mesure d'influencer le L'offre totale et la demande totale s'obtiennent en additionnant respectivement les offres et les demandes Les représentations graphiques des fonctions d'offre et de demande mettent en évidence le fait que, sur un marché concurrentiel, les courbes d'offre et de demande varient en et se coupent en un point où les quantités demandées sont égales aux quantités offertes. A ce prix, les transactions des uns et des autres correspondent à leurs souhaits. Cependant, à ce prix, il est possible que des (prix trop bas) et des (prix trop élevé) aient choisi de se retirer du Par conséquent, à cet équilibre, il est possible que de nombreux acheteurs potentiels soient par le, leurs ressources ne leur permettant pas d'accéder au marché.

Remarques :

- Plus la pente de la courbe de demande est, plus les consommateurs sont à une variation (hausse ou baisse) des prix, en d'autres termes, plus une variation du entraîne une variation importante de la
- Plus la pente de la courbe d'..... est faible, plus les sont sensibles à une variation (hausse ou baisse) des prix, en d'autres termes, plus une variation du entraîne une variation importante de la

B- Les déplacements des courbes et les déplacements sur les courbes d'offre et de demande.

1- Effet d'une variation de la demande.

Document 9.

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

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

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°163

Question 1 : Calculez et présentez sous forme de tableau la demande totale de fraise du Périgord maintenant que les consommateurs américains peuvent également en acheter. Tracez, sur le graphique précédent, la nouvelle courbe de demande.

Question 2 : Comment a évolué la demande de fraise par rapport à la situation précédente. Comment cette évolution se manifeste-t-elle graphiquement ? Quelle en est la cause ?

Question 3 : Cette nouvelle demande est-elle plus ou moins sensible de la demande précédente ? Expliquez.

Question 4 : Quel est le nouvel équilibre ? Si aucun autre facteur ne varie, quelle sera la quantité demandée par les consommateurs français ? Quelle sera la quantité demandée par les consommateurs américains ? Que constatez-vous ?

Question 5 : A partir de vos connaissances, citez des raisons, autres que l'évolution du nombre de consommateurs, pouvant expliquer une augmentation de la demande (et donc d'un déplacement vers la droite de la courbe de demande).

Question 6 : Sans déplacement de la courbe de la fonction de demande, dans quelle condition la quantité demandée peut-elle augmenter ? Comment cette évolution se manifeste-t-elle graphiquement ? Quelle en est la cause ?

2- Effet d'une variation de l'offre.

Question 1 : Sans déplacement de la courbe de la fonction d'offre, dans quelle condition la quantité offerte peut-elle augmenter ? Comment cette évolution se manifeste-t-elle graphiquement ? Quelle en est la cause ?

Question 2 : Expliquez les conséquences sur le graphique d'une augmentation de l'offre (et non de la quantité offerte) sur le marché des fraises du Périgord.

Question 3 : A partir de vos connaissances, déterminez quelles pourraient être les causes d'une augmentation de l'offre (et donc d'un déplacement vers la droite de la courbe d'offre) ?

SYNTHESE.

1) Complétez par vrai ou faux.

Propositions	VRAIE	FAUSSE
Les courbes de demande sont décroissantes et les courbes d'offre sont croissantes en fonction du prix.		
Un déplacement le long de la courbe de demande intervient quand les prix changent.		
Lorsque la demande augmente, il y a déplacement de la courbe de demande vers la droite.		
Un déplacement de la courbe de demande intervient quand, par exemple, le nombre de consommateur augmente.		
Un déplacement le long de la courbe d'offre intervient quand le prix change. Dans ce cas, il y a une augmentation de la quantité offerte.		
Lorsque l'offre augmente, il y a déplacement de la courbe d'offre vers la droite.		
La baisse du prix des facteurs de production, la mise en œuvre d'une meilleure technologie ou l'augmentation du nombre de producteurs peuvent expliquer un déplacement de la courbe d'offre vers la gauche.		
Les quantités demandées et les quantités offertes s'égalisent au prix d'équilibre. A ce prix, les transactions satisfont les offreurs et les demandeurs qui participent à l'échange.		

2) Complétez le texte suivant.

SYNTHESE. Complétez le texte avec les termes suivants : *prix, prix, prix, quantité demandée, courbe, droite, demande, gauche, déplacement, courbe, bien, facteurs de production, producteurs, prix d'équilibre, quantité d'équilibre, revenu, évolution technologique, réduit, goûts, consommateurs, gauche, offre, déplacement, quantité offerte, droite, prix d'équilibre, augmente*

Un déplacement le long de la de demande intervient quand le change, entraînant une modification de la Quand les économistes parlent d'une augmentation ou d'une diminution de la, il s'agit d'un de la courbe de demande – un changement de la quantité demandée pour tout donné. Une augmentation de la demande entraîne un déplacement vers la de la courbe de demande. Une diminution de la demande entraîne un déplacement vers la Il existe plusieurs facteurs déplaçant une courbe de demande :

- Un changement de prix d'un autre substituable ;
- Un changement de ;
- Une modification des ;
- Une évolution du nombre de

Un déplacement le long de la d'offre intervient quand le change, entraînant une modification de la Quand les économistes parlent d'une augmentation ou d'une diminution de l'....., il s'agit d'un de la courbe d'offre – un changement de la quantité offerte pour tout prix donné. Une augmentation de l'offre entraîne un déplacement vers la de la courbe d'offre. Une diminution de l'offre entraîne un déplacement vers la Il existe plusieurs facteurs déplaçant une courbe d'offre :

- Un changement du prix des ;
- Une ;
- Une modification du nombre de

Le modèle de l'offre et de la demande est fondé sur le principe que le prix sur un marché tend vers le, le prix auquel la quantité demandée est égale à la quantité offerte. Cette quantité est la quantité d'équilibre. Une augmentation de la demande augmente à la fois le et la ; une diminution de la demande à l'effet opposé. Une augmentation de l'offre le prix d'équilibre et la quantité d'équilibre ; une diminution de l'offre à l'effet opposé.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°160-161

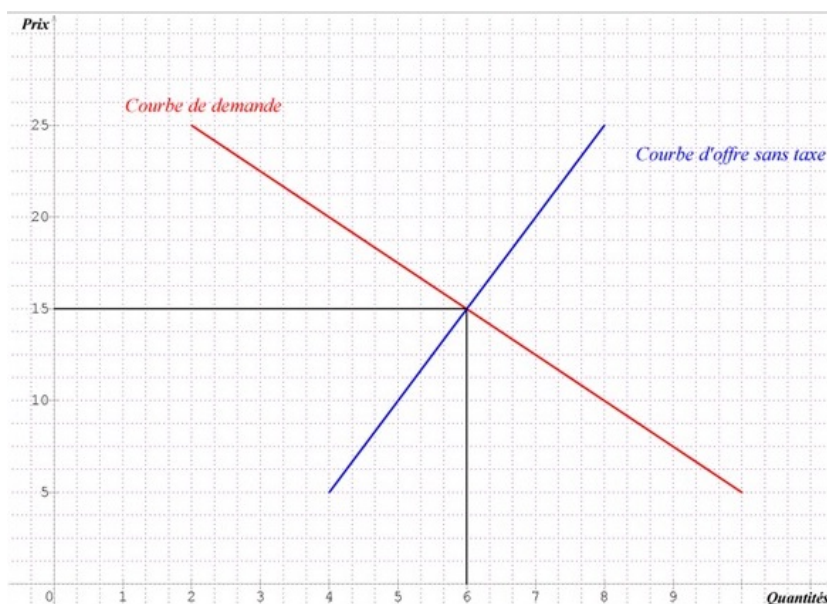
3- Les conséquences sur l'offre de la mise en œuvre d'une taxe forfaitaire.

Question 1 : Pourquoi l'offre sera modifiée suite à la mise en place de cette taxe forfaitaire.

Question 2 : Complétez le tableau suivant.

Prix des fraises en euros (par kilo)	Quantité de fraises demandées (en kilos)	Quantité de fraises offertes (en kilos)	Quantité de fraises offertes avec taxe (en kilos)
25	200	800	
20	400	700	
15	600	600	
10	800	500	
5	1000	400	/////

Question 3 : A partir du tableau, tracer la courbe de la courbe d'offre suite à la mise en œuvre de la taxe sur la production de fraises du Périgord.



Question 4 : Comment a évolué l'offre de fraise par rapport à la situation précédente. Comment cette évolution se manifeste-t-elle graphiquement ? Quelle en est la cause ?

Question 5 : Comment évoluent le prix et la quantité d'équilibre ?

Question 6 : Quel est le prix diminué de la taxe perçu par les producteurs et quel est le prix payé par les demandeurs à l'équilibre ?

Question 7 : Comment est partagée à l'équilibre la taxe forfaitaire entre les offreurs et les demandeurs ?

Question 8 : Déduisez des questions précédentes les conséquences de la mise en place d'une taxe forfaitaire sur la demande.

III- Le surplus du producteur et du consommateur.

A- Le surplus du consommateur et la courbe de demande.

Document 10.

Un livre usager n'est pas équivalent à un 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 bien meilleur marché. Définissons la disposition à payer d'un acheteur comme le prix maximum auquel il achèterait un bien, dans ce cas le manuel usagé. Un individu n'achètera pas le livre s'il coûte plus que ce montant, mais sera disposé à la faire s'il coûte moins. Si le prix est juste égal à la disposition à payer d'un individu, celui-ci est indifférent entre acheter et ne pas acheter. (...) Le tableau (...) indique 5 acheteurs potentiels d'un livre usagé qui coûte 100 euros neuf, classé selon leur disposition à payer.

Acheteurs potentiels	Dispositions à payer
Sophie	59 euros
Paul	45 euros
Claudia	35 euros
David	25 euros
Nathalie	10 euros

(...) Supposé qu'une librairie mette à disposition des manuels d'occasion à un prix de 30 euros. Dans ce cas Sophie, Paul et Claudia achèteront des manuels. Gagneront-ils à faire cet achat, et si oui combien ? La réponse, donnée par le tableau, est que chaque étudiant qui achète un manuel fait un gain net, mais que le montant diffère selon les étudiants.

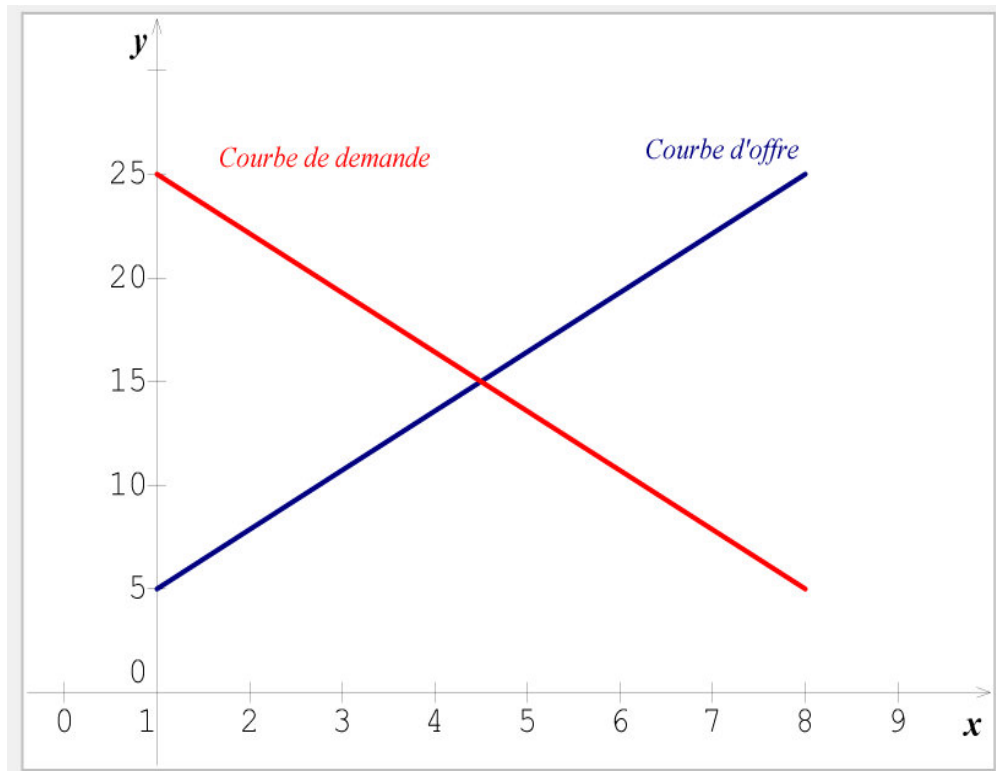
Acheteurs potentiels	Dispositions à payer	Prix payé	Surplus du consommateur individuel
Sophie	59 euros	30 euros	29 euros
Paul	45 euros	30 euros	15 euros
Claudia	35 euros	30 euros	5 euros
David	25 euros	-	-
Nathalie	10 euros	-	-
Tous les acheteurs	-	-	49 euros

(...) Le gain net qu'un acheteur réalise lors de l'achat d'un bien est appelé surplus du consommateur individuel. (...) La somme des surplus de consommateurs individuels réalisés par tous les acheteurs d'un bien est appelée surplus total du consommateur. (...) Les économistes utilisent souvent le terme de surplus de consommateur pour faire référence à la fois au surplus du consommateur individuel et total. (...) Le surplus total du consommateur généré par les achats d'un bien à un prix donné est égal à la zone située sous la courbe de demande au-dessus du prix. Le même principe s'applique quel que soit le nombre de consommateurs.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°173-175

Question 1 : Comment se calcule le surplus du consommateur individuel ? Comment obtient-on le surplus total du consommateur ?

Question 2 : Comment déterminer graphiquement, à partir de la courbe de demande et du prix, le surplus du consommateur ?



Question 3 : Sur le graphique ci-dessous, hachurez la zone représentant le surplus total du consommateur au prix d'équilibre ?

B- Le surplus du producteur et la courbe d'offre.

Document 11.

Prenez un groupe d'étudiants vendeurs potentiels de manuels d'occasion. (...) Le tableau indique le prix auxquels les différents étudiants seraient disposés à vendre. (...) Le prix minimum auquel un vendeur potentiel est disposé à vendre porte un nom particulier en économie : on l'appelle le coût du vendeur. (...)

Vendeurs potentiels	Coût
André	5 euros
Stéphanie	15 euros
Pierre	25 euros
Diane	35 euros
Emmanuel	45 euros

(...) Supposez qu'André vende son manuel 30 euros. Il a clairement gagné à la transaction : il aurait été disposé à vendre seulement 5 euros, il a donc gagné 25 euros. Ce gain, la différence entre le prix qu'il perçoit effectivement et son coût – le prix minimum auquel il est disposé à vendre – est appelé surplus du producteur individuel. (...) Comme dans le cas du surplus du consommateur, on peut additionner les surplus du producteur individuels pour calculer le surplus total du producteur (...). Le surplus total du producteur des ventes d'un bien à un prix donné est la zone située au-dessus de la courbe d'offre mais en dessous de ce prix.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°182-186

Question 1 : Comment se calcule le surplus du producteur individuel ? Comment obtient-on le surplus total du producteur ?

Question 2 : Comment déterminer graphiquement, à partir de la courbe d'offre et du prix, le surplus du producteur ?

Question 3 : Sur le graphique de la question 3 de la partie IIA, hachurez la zone représentant le surplus total du producteur au prix d'équilibre ?

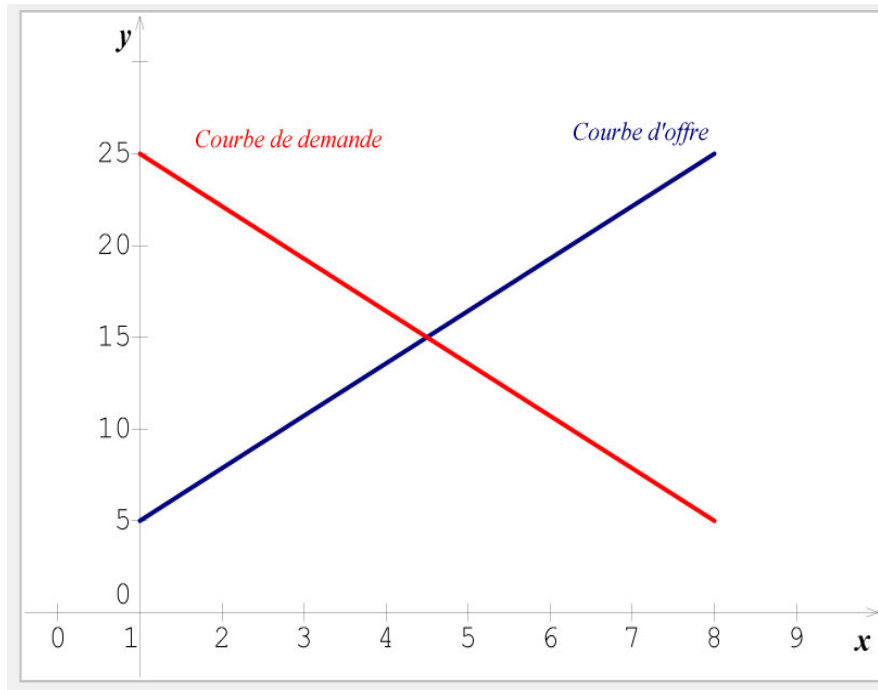
C- Surplus du consommateur, surplus du producteur et gains à l'échange.

Question 1 : Déduisez des questions précédentes comment se mesure le gain à l'échange réalisé par les consommateurs et les producteurs.

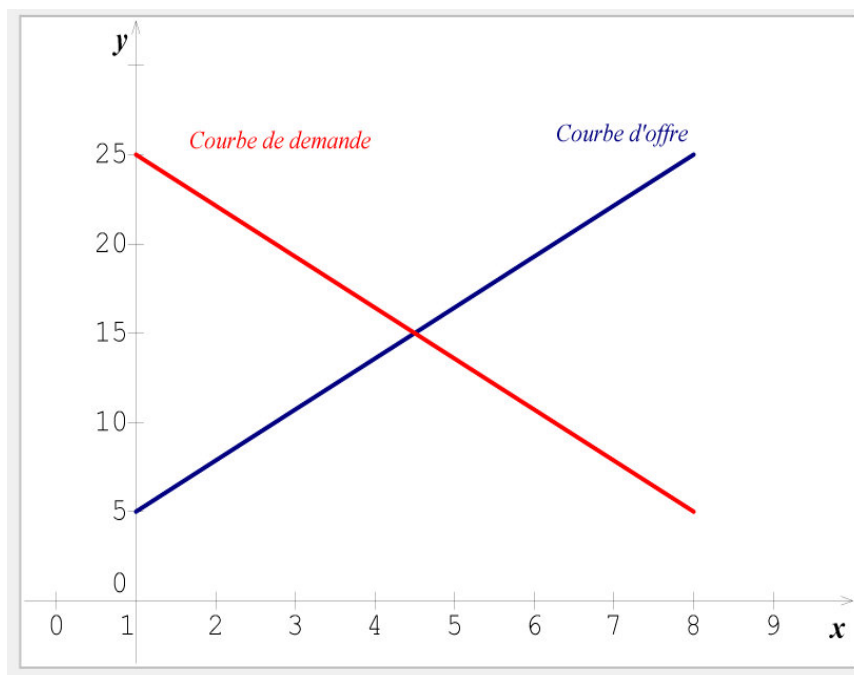
Question 2 : Quelle zone sur le graphique de la question 3 de la partie IIA ?

Question 3 : Si le prix est supérieur au prix d'équilibre, quelle est la quantité échangée sur le marché ? Inversement, si le prix est inférieur au prix d'équilibre quelle est la quantité échangée sur le marché ?

Question 4 : En vous appuyant sur le graphique, expliquez comment évolue le gain à l'échange si le prix du marché est supérieur au prix d'équilibre.



Question 5 : En vous appuyant sur le graphique, expliquez comment évolue le gain à l'échange si le prix du marché est inférieur au prix d'équilibre.



Question 5 : En vous appuyant sur le graphique, expliquez comment évolue le gain à l'échange si une taxe forfaitaire est imposée aux offreurs.