

# CHAPITRE 1 – Comment un marché concurrentiel

## fonctionne-t-il ?

### **Doc 2 p. 24 : Une grande diversité de marchés**

À l'origine, un marché était une place publique où des biens étaient proposés par des offreurs à des acheteurs appelés demandeurs. On appelait souvent ces marchés Bourses de valeur, comme la Bourse de Bruges créée en 1409 ; on y trouvait du sucre, des épices, des animaux, des tissus, etc. [...] De nos jours, la notion de marché fait trop souvent penser à capitaux, mais il ne s'agit que d'une extension d'un concept initial assez flou. [...] On peut définir un marché ainsi : au sens économique, le marché est le lieu – réel ou abstrait – où se confrontent une offre et une demande pour aboutir à la détermination du prix auquel se réaliseront les échanges (achats et ventes). Il existe donc un marché pour chaque type de biens et de services. La notion de marché est donc assez nébuleuse, ne serait-ce que parce qu'on ne sait pas où se trouve un tel marché... [...] Les principaux marchés sont ceux des biens et services, du travail, et des capitaux.

R. Didier, Les grands mécanismes de l'économie, Ellipses, 2016.

### **Doc 3 p. 25 : Le marché, une construction historique**

Le marché est souvent présenté comme la « loi de la jungle », comme un état de nature qui se mettrait en place spontanément si les obstacles à son fonctionnement étaient retirés. Cette vision des choses ignore l'histoire. Le marché s'est construit progressivement, lentement, par une modification des comportements, des mentalités, des institutions.

Étudiant l'économie européenne du XV<sup>e</sup> au XVIII<sup>e</sup> siècle, l'historien Fernand Braudel distingue plusieurs niveaux d'organisation de la vie économique. Une partie importante de la population vit pour l'essentiel d'autoconsommation. Production et consommation se font donc sans échange.

L'économie de marché représente un stade plus élaboré, marqué par la disjonction entre production et consommation, le rôle de la monnaie et de la finance, la mise en relation par le système de prix de marchés élémentaires séparés géographiquement. [...] Il n'existe donc pas un, mais des marchés, fonctionnant très différemment selon les institutions qui les encadrent. Ces institutions sont le système juridique, le système financier, mais aussi les comportements des agents économiques.

A. Parienty, Précis d'économie, La Découverte, 2018.

## **Doc 4 p. 25 : Des institutions chargées de surveiller l'application des règles de marché**

Même un pur mécanisme de marché ne peut fonctionner spontanément, par simple mise en présence d'acheteurs et de vendeurs. Il faut toujours un minimum de règles et, par conséquent, d'organismes chargés d'en vérifier l'application et de sanctionner les acteurs qui ne les respectent pas. Ces organismes sont des institutions, pas nécessairement publiques. [...] Il ne peut exister de coordination économique sans institutions, sans systèmes de droit et de réglementation et sans pouvoir de type judiciaire et de police pour faire respecter le droit. L'État et le droit sont indispensables au fonctionnement des mécanismes de marché. [...] Il est des domaines, en particulier s'il s'agit d'exercer une contrainte perçue comme violente, où l'institution régulatrice des marchés ne peut être que l'État, ou un organisme privé agissant par délégation de la puissance publique.

P.-N. Giraud, Principes d'économie, © Éditions La Découverte, 2016.

## **Doc 5 p. 25 : L'exemple de la réglementation bancaire après la crise de 2007**

Présentée comme la plus importante depuis 1933, la réforme du dispositif américain de supervision<sup>1</sup> a renforcé les pouvoirs de la Fed, désormais chargée de contrôler les grands groupes financiers [...] qui font courir un risque systémique. [...] Le mouvement de concentration des années 2000 a fait émerger de véritables mastodontes de la finance qui devenaient too big to regulate<sup>2</sup>. Ces gros établissements passent sous le contrôle direct de la Fed qui devient ainsi l'autorité chargée de veiller au risque systémique. [...] La représentation des intérêts des consommateurs de services financiers a, au cours des années passées, été insuffisante. Beaucoup de ménages américains se sont laissés dépasser pour ne pas dire bernés par les contrats de crédit qui leur étaient proposés. [...] Beaucoup n'ont pas compris que leur crédit était révisable, que leurs échéances de remboursement seraient revues à la hausse en cas de hausse des taux ou de baisse des prix de l'immobilier.

J. Couppey-Soubeyran, Monnaie, banques, finance, PUF, 2015.

1. Dodd-Frank Act 2010.

2. « Trop gros pour être réglementé ».

## **Doc 6 p. 26 : Le modèle de concurrence pure et parfaite**

Le modèle de concurrence pure et parfaite propose une représentation simplifiée d'une économie où la concurrence s'exerce uniquement par les prix. Aucun agent ne peut jouer sur d'autres facteurs que le prix pour s'imposer (taille sur le marché, différence de qualité du produit, accès à une ressource privilégiée, etc.).

Ce modèle permet donc de représenter ce qui se passerait dans le « cas limite » où la concurrence s'exercerait uniquement via les prix auxquels les agents sont disposés à acheter ou à vendre des biens en tout point identiques. Il permet de prédire comment les prix devraient s'adapter aux variations des quantités offertes ou demandées.

E. Buisson-Fenet et M. Navarro, La microéconomie en pratique,

Armand Colin, coll. « Cursus », 2018.

## **Doc 1 p. 28 : Uber révolutionne le marché des transports urbains**

[Depuis 2009] En utilisant une application sur Smartphone, Uber sert de plateforme pour mettre en relation les gens qui veulent se déplacer grâce aux conducteurs de véhicules enregistrés sur Uber. [...] Quand beaucoup de gens cherchent un véhicule – comme pendant une tempête de neige ou au nouvel an –, Uber ajuste les prix à la hausse, fixant un prix plus élevé jusqu'à ce que toutes les personnes qui veulent un véhicule au prix courant puissent en trouver un. Les augmentations de prix [sont conçues] de manière à laisser le moins de gens possible sans véhicule [...]. Comme [Uber] l'explique, « nous ne possédons pas de véhicules, ni n'employons de conducteurs. Les prix élevés sont nécessaires de manière à avoir des véhicules disponibles pendant les heures de pointe ». Cette explication est confirmée par un conducteur Uber qui déclare, « si je n'ai rien à faire et si je vois un pic des prix, alors je sors ».

P. Krugman et R. Wells, Macroéconomie, édition De Boeck, 2016.

## **Doc 2 p. 28 : L'évolution des prix modifie l'offre et la demande**

Pour satisfaire un besoin donné, les consommateurs ont généralement la possibilité d'utiliser différents biens. Ainsi peut-on se déplacer à pied, à bicyclette, en voiture, etc. [...] On peut faire l'hypothèse que si le prix d'un bien augmente, les consommateurs rationnels seront incités à utiliser moins de ce bien et à le remplacer en partie par les biens substituables devenus relativement moins chers : c'est ce que l'on nomme « l'effet de substitution ». Nous venons d'énoncer la « loi de la demande » : la demande d'un bien est fonction décroissante de son prix (autrement dit : la quantité demandée varie en sens inverse du prix). La courbe de la demande est une représentation graphique de cette relation inverse.

Les entreprises utilisent des facteurs de production et produisent en vue d'offrir des biens et services sur les différents marchés. [...] Le prix est une donnée imposée par le marché, et l'entreprise peut seulement choisir le volume de sa production. C'est donc dans ce seul cas que l'on peut parler de fonction d'offre (ou de courbe d'offre) en fonction du prix : le prix donné par le marché est la variable explicative de la quantité offerte par le producteur. [...] Intuitivement, tout le monde se doute que plus le prix de vente est élevé, plus l'entreprise est incitée à produire.

J. Généreux, Introduction à l'économie,

éditions du Seuil, coll. « Points économie », 2017.

#### **Doc 4 p. 29 : Le prix de marché tend vers le prix d'équilibre**

L'établissement d'un prix d'équilibre résulterait d'un tâtonnement organisé par un commissaire-priseur dans une bourse de marchandises ou de valeurs mobilières. [...]. Un prix (par exemple  $p^0$ ) est d'abord annoncé par le commissaire-priseur. En se basant sur ce prix, les agents transmettent leurs propositions d'échanges : les acheteurs formulent une quantité demandée ( $D^0$ ), les entreprises une quantité offerte ( $O^0$ ). Si la demande totale est supérieure à l'offre totale, alors le commissaire-priseur révisé le prix à la hausse ; il le révisé à la baisse dans le cas contraire. Un nouveau prix ( $p_1$ ) est annoncé par le commissaire-priseur. Les agents expriment alors de nouvelles propositions d'échanges qui conduisent à une nouvelle modification du prix par le commissaire-priseur ( $p_2$  et ainsi de suite). Un tel processus d'ajustement devrait conduire à un prix qui fasse en sorte que l'offre totale et la demande totale s'égalisent. Ce prix est le prix d'équilibre ( $p^*$ ).

R. Chartoire et S. Loiseau, L'économie, Nathan, 2017.



## **Doc 5 p. 30 : Une augmentation de l'offre : l'exemple du gaz naturel aux États-Unis**

L'adoption de nouvelles technologies pour exploiter le gaz naturel a généré une augmentation de l'offre – une augmentation de la quantité offerte pour tout prix donné. Cet événement est représenté par les deux offres prévisionnelles – l'une montrant l'offre avant l'adoption des technologies (O1), l'autre montrant l'offre après (O2). [...] L'augmentation de l'offre déplace la courbe d'offre vers la droite. [...] Il est essentiel de distinguer entre de tels mouvements de la courbe d'offre et les déplacements le long de la courbe d'offre des changements de la quantité offerte qui résultent d'un changement de prix.

P. Krugman et R. Wells, Macroéconomie, éditions De Boeck, 2016.

## **Doc 7 p. 31 : L'impact d'une taxe forfaitaire payée par les producteurs**

L'instauration d'une taxe forfaitaire conduit les producteurs à réduire leur offre car la taxe réduit la somme qu'ils percevront à l'issue de la vente (déplacement de la courbe d'offre vers la gauche).

Cette nouvelle offre entraîne une hausse du prix et donc une diminution du nombre de demandeurs. On a alors une augmentation du prix d'équilibre et une réduction des quantités échangées.

## **Doc 2 p. 32 : Du surplus individuel au surplus total du consommateur**

Intéressons-nous donc au marché des manuels d'occasion, en commençant par les acheteurs. [...] Le tableau indique cinq acheteurs potentiels d'un livre usagé [...].

Supposez qu'un libraire 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 ?

Sophie aurait été disposée à payer 59 euros, donc son gain net est de  $59 - 30 = 29$  euros. Paul aurait été disposé à payer 45 euros, donc son gain net est de  $45 - 30 = 15$  euros. Claudia aurait été disposée à payer 35 euros, donc son gain net est de  $35 - 30 = 5$  euros. David et Nathalie ne seront pas disposés à payer un manuel usagé à un prix de 30 euros, de sorte qu'ils ne gagnent ni ne perdent rien. 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.

P. Krugman et R. Wells, Macroéconomie, éditions De Boeck, 2016.

## **Doc 5 p. 33 : Le concept de surplus dans le modèle de concurrence pure et parfaite**

Le concept de surplus a été développé pour évaluer précisément les gains réalisés dans les conditions d'équilibre du marché, par rapport au prix que les agents offreurs demandaient au minimum pour vendre en fonction de leurs coûts de production, et par rapport au prix maximal que les agents demandeurs étaient disposés à payer en fonction de la satisfaction ressentie à la consommation du bien. [...] .

Le surplus total représente les gains réalisés par l'ensemble des acteurs qui interviennent sur le marché. [...] Il renvoie à la somme du surplus des consommateurs et du surplus des producteurs. Il représente les gains à l'échange réalisés au prix d'équilibre par l'ensemble des agents présents, c'est-à-dire des montants qu'ils ont gagnés ou évités de dépenser aux conditions du marché, pour acquérir ou vendre un certain volume de biens.

E. Buisson-Fenet et M. Navarro, La microéconomie en pratique,

Armand Colin, coll. « Cursus » 2018.

## **Doc 7 p. 34 : Les gains à l'échange dans une Chine en pleine croissance**

Le chiffre est insensé. Le géant du commerce en ligne Alibaba a une nouvelle fois battu son record de ventes dimanche lors de la traditionnelle journée de soldes monstres en Chine [...]. Le groupe [...] a enregistré sur ses différentes plateformes de commerce électronique pour 213,5 milliards de yuans de ventes (27 milliards d'euros) en 24 heures, a annoncé Alibaba dans un communiqué. [...]

Alibaba et les autres groupes chinois de commerce électronique ont pris l'habitude depuis 2009 d'annoncer des rabais alléchants à chaque 11 novembre, jour surnommé la « fête des célibataires » en raison de la répétition du chiffre « un » (11/11). La fête des célibataires, qui sont censés disposer d'un fort pouvoir d'achat, est ainsi le plus gros événement mondial du secteur de la distribution. [...] « Il faut comprendre Alibaba et ce que fait le groupe dans le contexte de la tendance à long terme de l'émergence de la classe moyenne en Chine », a tenu à rassurer le vice-président exécutif de l'entreprise, Joe Tsai.

« Soldes : ventes hallucinantes pour le géant chinois Alibaba »,  
AFP/Challenges.fr, 12 novembre 2018.

## **Doc 2 p. 36 : Les coûts de production et leur évolution**

Le coût moyen (CM), ou coût unitaire, désigne le coût par unité produite. Il s'obtient en divisant le coût total par les quantités produites. Quand les quantités produites sont faibles, les coûts fixes pèsent lourdement sur le coût moyen, puisqu'ils ne se répartissent que sur quelques unités produites. Progressivement, le coût moyen diminue car les coûts fixes sont « amortis » : ils se répartissent sur une quantité de plus en plus grande de produits fabriqués. [...]. Ensuite, à partir d'un certain volume de production, les coûts variables tendent à l'emporter sur les coûts fixes, ce qui fait croître de nouveau le coût moyen.

Le coût marginal (Cm) représente le surplus de coût engendré par la production d'une unité supplémentaire (unité marginale). Dans un premier temps, le Cm est inférieur au CM car la production d'unités supplémentaires coûte moins cher que les unités déjà produites. L'entreprise a donc intérêt à produire davantage. Ensuite, il vient un moment où la loi des rendements décroissants rend la production d'une unité supplémentaire plus chère que les unités déjà produites. Le Cm devient donc supérieur au CM.

R. Chartoire et S. Loiseau, L'Économie, Nathan, 2017.

### **Doc 3 p. 37 : Le producteur détermine les quantités qui maximisent son profit**

Si l'entreprise n'a aucun pouvoir sur le prix de vente, elle doit simplement déterminer le volume de production qui lui procure le profit maximum [...]. Chaque unité produite entraîne une recette supplémentaire, la recette marginale. [...] Tant que la recette marginale est supérieure au coût marginal, l'entreprise a intérêt à produire une unité supplémentaire [...]. Chaque unité supplémentaire que le producteur vend sur le marché lui rapporte le prix de marché. La recette marginale est donc toujours la même, quelle que soit la quantité vendue : elle est égale au prix. [...]

L'entreprise qui cherche le profit maximum continue donc à produire jusqu'au moment où le coût d'une unité supplémentaire de production est égale au prix de vente. Le coût marginal est égal au prix de vente. L'entreprise s'arrête là car, au-delà, les coûts progressent plus vite que les recettes, et le profit diminue.

J. Généreux, Introduction à l'économie, éditions du Seuil, 2017.

## **Cours 1. Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?**

**(p. 40-41)**

**Les agents économiques se rencontrent quotidiennement sur un marché pour disposer des ressources nécessaires à la satisfaction de leurs besoins. Il s'agit des offreurs et des demandeurs, par exemple les ménages qui offrent leur force travail sur le marché du travail. Il n'existe pas un marché unique mais une grande diversité de marchés dont les trois principaux sont le marché du travail, le marché des biens et services et le marché des capitaux.**

### **La réalité du marché**

On distingue les différents marchés par la forme qu'ils prennent : – ils peuvent être réels et centralisés comme un marché local de fruits et légumes, dispersés comme le marché de l'automobile à travers le territoire via les concessionnaires ;

– ils peuvent être abstraits, comme le marché des capitaux.

Le marché est une construction historique. Il n'a rien de « naturel », il est le fruit de l'évolution des institutions (systèmes juridique, financier) qui l'organisent, des mentalités, des comportements des agents économiques. On en trouve une très grande variété à toutes les époques. Ce sont notamment les pouvoirs publics qui interviennent pour le réglementer, dans le but d'améliorer son fonctionnement et son efficacité.

Il s'agit essentiellement de permettre la plus grande concurrence possible et d'obtenir une allocation optimale des ressources. Il existe en effet de nombreux cas où des entreprises tentent d'entraver la concurrence par les prix, à l'aide de stratégies



anticoncurrentielles.

## **Le marché coordonne les différentes décisions des agents économiques**

Le fonctionnement du marché a fait l'objet d'une modélisation à travers le modèle de la concurrence pure et parfaite. S'il n'a pas vocation à représenter la réalité, celui-ci permet de comprendre comment les acteurs parviennent à un échange à travers l'instauration d'un prix d'équilibre et comment l'offre et la demande évoluent lorsque le prix varie.

Dans ce modèle théorique, la concurrence se fait exclusivement au moyen des prix : la demande augmente lorsque le prix diminue (loi de la demande) et l'offre, elle, augmente lorsque le prix augmente (loi de l'offre). Les variations de l'offre et de la demande favorisent un rétablissement de l'équilibre si ce dernier a été rompu. Par exemple, si l'offre est inférieure à la demande, alors le prix augmente, attirant de nouveaux offreurs désireux d'améliorer leurs profits. L'offre augmente et l'équilibre se rétablit.

Les quantités échangées évoluent aussi lors de la mise en œuvre d'une taxation par les pouvoirs publics. C'est le cas lors de la mise en place d'une taxe forfaitaire. Les producteurs répercutent cette taxe sur leurs prix, avec pour conséquence une baisse de la demande.

Le modèle de concurrence pure et parfaite permet de déterminer la quantité qui maximise le profit du producteur. Lorsque le coût de la dernière unité produite (coût marginal) est croissant, le producteur a intérêt à produire jusqu'à ce que ce coût

soit égal au prix de vente sur le marché. Au-delà, les coûts de production augmentent plus vite que les recettes, ce qui fait diminuer le profit.

### **Le marché concurrentiel favorise la prospérité**

Sur un marché concurrentiel où la concurrence s'exerce exclusivement par les prix, les offreurs et les demandeurs peuvent dégager des surplus :

– pour les offreurs, il s'agit d'une situation où le prix de marché est supérieur au prix auquel ils étaient prêts à vendre leurs produits (le coût de production).

– pour les demandeurs, il s'agit à l'inverse d'une situation où le prix de marché est inférieur au prix auquel ils étaient prêts à acheter le produit.

On comprend alors que le marché concurrentiel favorise les gains à l'échange. C'est lorsque le marché est à l'équilibre que ces gains sont les plus élevés, ils sont maximisés et favorisent la prospérité.