Fiche

Un marché est le lieu, réel ou fictif, où se rencontrent une offre et une demande de biens ou de services. Les offreurs proposent un bien en cherchant à maximiser leur profit ; les demandeurs cherchent à obtenir le bien au meilleur prix. L'échange donne lieu, le plus souvent, à une contrepartie en monnaie.

I. Le marché

• **Le marché est une institution** : cela signifie qu'il n'est pas « naturel ». Il est, en effet, encadré par des usages, des conventions, des règles et des lois et, de ce fait, il porte la marque de son contexte social et culturel. Il suppose, par exemple, la confiance entre les échangistes et la garantie du droit de propriété.

• On peut différencier les marchés selon l'objet de l'échange (biens matériels, services, capitaux, force de travail), mais aussi selon leur **degré de concurrence.** On distingue alors trois grandes formes de marchés : le **marché concurrentiel** (grand nombre d'offreurs et de demandeurs) ; l'**oligopole** (quelques offreurs et de nombreux demandeurs) ; et le **monopole** (un seul offreur et de nombreux demandeurs).

• Chacune de ces formes conduit à une position différente des offreurs. En marché concurrentiel, un offreur n'a pas, à lui seul, d'influence sur le prix ou sur les quantités. En oligopole, l'offreur doit évidemment tenir compte des concurrents, mais il dispose d'un certain **pouvoir de marché**, qui lui permet notamment d'influencer la fixation du prix. Le pouvoir d'un monopole est encore plus important, tant en termes de fixation des prix que de détermination du volume de la production.

Exercice n°1

II. La concurrence pure et parfaite

• Les **économistes néoclassiques**, à partir du XIXe siècle, ont théorisé les cinq conditions de la **concurrence pure et parfaite** qui, selon eux, conduit à la situation économique optimale, c'est-à-dire une **situation d'équilibre** :

- L'**atomicité du marché** signifie que le marché rassemble de nombreux offreurs et demandeurs, de sorte qu'aucun d'entre eux n'a, à lui seul, d'influence sur le marché.
- Il doit y avoir **homogénéité du bien**, de telle sorte que la concurrence ne porte que sur le prix, et non sur des différences de qualité qui influenceraient le choix des demandeurs.
- La **liberté d'entrée** sur le marché doit permettre l'arrivée, sans barrière, de tout nouvel offreur éventuel.
- La **transparence du marché** signifie que tous les participants au marché disposent, en même temps, de toutes les informations disponibles.
- Enfin, la **mobilité des facteurs de production** (le travail et le capital) doit permettre aux producteurs d'adapter rapidement leur production aux changements qui affectent le marché.

Exercice n°2

III. Les déterminants de l'offre

• L'offre d'un bien est une **fonction croissante** du prix : pour augmenter son profit, l'offreur a intérêt à accroître le volume offert quand le prix augmente. En situation de concurrence, les offreurs ne fixent pas leur prix de vente. On dit qu'ils sont « **preneurs de prix** », celui-ci étant fixé par le marché. L'offreur, face à ce prix qu'il ne maîtrise pas, doit déterminer la quantité de bien qu'il va produire.

• Pour cela, il doit tenir compte de ses coûts de production : l'indicateur qui guide son choix est le **coût marginal**, qui se définit comme l'accroissement du coût total qu'engendre la production d'une unité de bien supplémentaire. La courbe du coût marginal est d'abord décroissante, puis, au-delà d'un seuil, elle devient croissante, ce qui signifie que toute unité supplémentaire produite coûte de plus en plus. L'offreur fixe son niveau de production au point où le coût marginal égalise le prix du marché : au-delà, toute unité supplémentaire coûterait plus qu'elle ne rapporte. À ce point, le profit total de l'offreur est donc maximal.

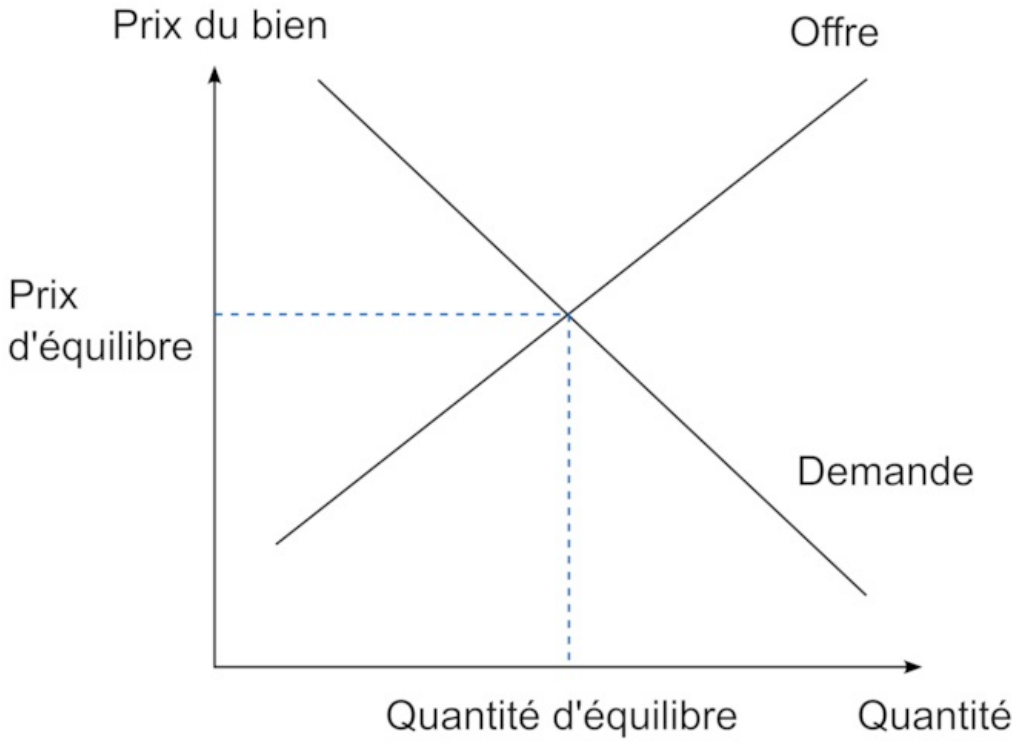
IV. Les déterminants de la demande

• Le demandeur (un consommateur, par exemple) est soumis, en raison des limites de son revenu, à une **contrainte de budget**. De ce fait, il doit arbitrer entre les biens qu'il souhaite acquérir, en fonction d'une part de leur prix et, d'autre part, de leur **utilité**, c'est-à-dire du degré de satisfaction qu'ils procurent. Quand il choisit un bien, le demandeur subit un **coût d'opportunité** qui représente le renoncement aux autres choix possibles. L'objectif du demandeur rationnel est de maximiser l'utilité globale de son budget.

• Dans le cas le plus fréquent, la demande d'un bien est une **fonction décroissante** de son prix : prix et quantité demandée varient

donc en sens inverse. Cependant, la réaction de la demande par rapport à une variation du prix peut être très différente selon les biens. Certains ont une forte **élasticité-prix** : la baisse du prix, par exemple, fait fortement augmenter la quantité demandée (cas d'un smartphone innovant). D'autres biens, comme le poivre, ont par contre une faible élasticité-prix : une baisse (ou une hausse) du prix du poivre n'a que peu d'effet sur le volume de la demande. La courbe correspondante est proche de la verticale. À l'inverse, plus l'élasticité est forte, plus la pente de la courbe est faible, celle-ci se rapprochant de l'horizontale.

V. La détermination du prix d'équilibre



• En situation de concurrence pure et parfaite, le prix sur le marché est déterminé par la rencontre de la courbe d'offre et de la courbe de demande.

• À ce point d'intersection, tous les demandeurs acceptant d'acheter à ce prix trouvent le bien et tous les offreurs acceptant d'offrir à ce prix trouvent preneurs pour leur production. Il y a donc à la fois **équilibre** des prix et des quantités.

Exercice n°3

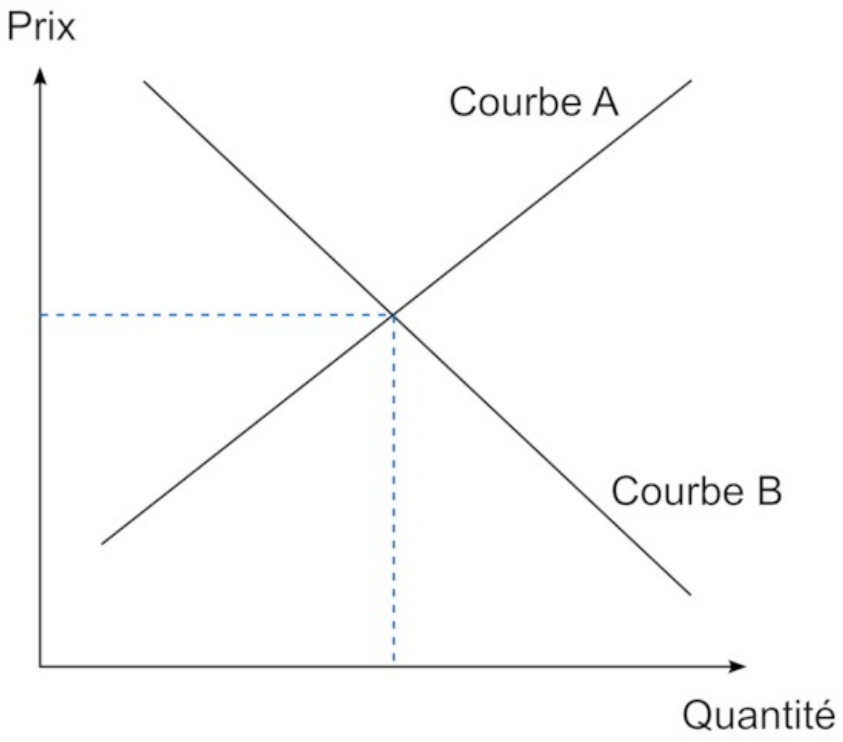
VI. La dynamique du marché : chocs d'offre et chocs de demande

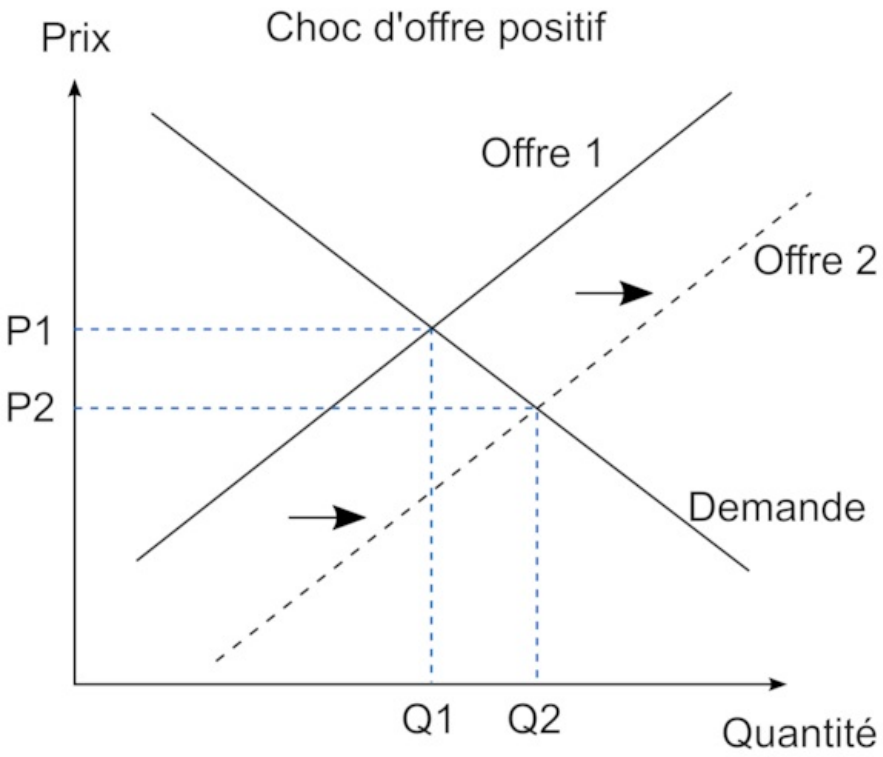
• Cette situation d'équilibre correspond à un moment statique du marché. Des événements internes ou externes au marché viennent fréquemment remettre en cause cette situation, créant un déséquilibre et la recherche d'un nouvel équilibre. Ces situations dites de « choc » peuvent provenir de l'offre ou de la demande.

Les chocs d'offre

• Ils sont la conséquence d'une modification significative des conditions de production d'un bien (hausse ou baisse du prix d'une matière première, bonne ou mauvaise récolte, liée au climat, innovation technologique majeure, etc.).

• Un choc d'offre positif, entraînant une baisse des coûts de production, déplace la courbe d'offre vers la droite : pour un niveau de prix donné, la quantité produite augmente. Si la demande reste stable, le nouveau prix d'équilibre est à la baisse. Inversement, un choc d'offre négatif déplace la courbe vers la gauche et fait monter le prix d'équilibre.





Les chocs de demande

• Ils sont provoqués par un événement affectant le comportement des demandeurs (hausse ou baisse des revenus, création ou suppression d'un impôt, engouement subit pour un bien, etc.).

• Un choc de demande positif (à un niveau de prix donné, la quantité demandée augmente) déplace la courbe de demande vers la droite, et détermine un nouveau prix d'équilibre en hausse. À l'inverse, un choc de demande négatif (forte baisse des revenus, par exemple) déplace la courbe vers la gauche et engendre, à offre inchangée, un prix d'équilibre en baisse.

Exercice n°4

VII. L'effet d'une taxe sur l'équilibre du marché

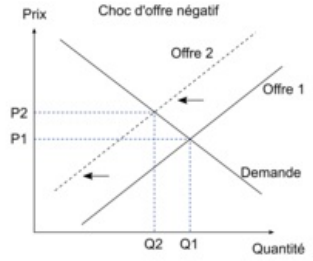
• La mise en place d'une taxe par les pouvoirs publics modifie les conditions de fonctionnement du marché, ce qui peut précisément être l'objectif de la mesure. Ainsi, une taxe sur le tabac, sur certains aliments sucrés ou sur les produits pétroliers peut avoir pour conséquence de dissuader les utilisateurs de ces biens d'y avoir recours. Selon les cas, l'efficacité de la taxe comme instrument de dissuasion dépendra de la sensibilité des utilisateurs aux variations du prix, c'est-à-dire de l'élasticité-prix du bien.

• Ainsi, une taxe sur le tabac renchérit, pour les fumeurs, le prix des cigarettes, mais sans augmenter les revenus des producteurs de tabac, puisque la taxe alimente le budget de l'État. Le prix augmentant, la demande doit, en principe baisser, au moins pour les utilisateurs les plus sensibles à la hausse des prix.

• L'instauration d'une taxe carbone sur les entreprises a pour effet de renchérir leurs coûts de production et donc de diminuer l'offre, l'objectif étant d'amener les producteurs à réduire leurs émissions de carbone, en modifiant leur processus de production.

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

• À travers sa métaphore de la « **main invisible** », l'économiste **classique** Adam Smith, à la fin du XVIIIe siècle, a affirmé que l'addition d'actes individuels isolés, sur un marché concurrentiel, conduit spontanément, par tâtonnements, l'économie à l'équilibre. Dans son sillage, d'autres économistes, notamment les **néoclassiques**, ont développé des théories visant à démontrer que l'équilibre d'un marché concurrentiel respectant les cinq conditions de la concurrence pure et parfaite produit la situation la plus efficace pour l'ensemble des participants au marché, offreurs comme demandeurs. La notion de **surplus** caractérise cette situation optimale qui maximise les gains à l'échange.



• Le **surplus du consommateur** représente la différence entre ce qu'il était prêt à payer pour le produit et le prix du marché. Sur le graphique de demande, ce surplus correspond à l'aire délimitée par l'axe vertical, la courbe de demande et l'ordonnée du prix d'équilibre. Sur cette portion de la courbe, les demandeurs étaient prêts à payer un prix supérieur au prix d'équilibre qu'ils paieront effectivement.

• Le surplus du producteur représente la différence entre la recette qu'il acceptait de recevoir et le prix qui va lui être effectivement payé. Sur le graphique d'offre, ce surplus correspond à l'aire délimitée par l'axe vertical, la courbe d'offre et l'ordonnée du prix d'équilibre. Sur cette portion de la courbe, les offreurs étaient prêts à accepter une recette moindre que celle que leur assurera effectivement le prix d'équilibre.

• La somme de ces deux surplus représente les gains à l'échange des offreurs et des demandeurs. Seul le prix d'équilibre maximise ces gains. Tout autre niveau de prix réduirait l'un des deux surplus, sans que cette réduction soit compensée par l'accroissement du surplus des autres partenaires à l'échange.

Exercice n°5

© 2000-2025, Miscellane