

Chapitre 1 : Comment fonctionne un marché parfaitement concurrentiel ?

C'est au programme !

- Savoir que le marché* est une institution* et savoir distinguer les marchés selon leur degré de concurrence* (de la concurrence parfaite au monopole).
- 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.
- Savoir interpréter des courbes d'offre* et de demande* ainsi que leurs pentes, et comprendre comment leur confrontation détermine l'équilibre* sur un marché concurrentiel où les agents sont preneurs de prix*.
- 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*.
- Comprendre les notions de surplus du producteur et du consommateur*. Comprendre la notion de gains à l'échange* et savoir que la somme des surplus est maximisée à l'équilibre.

Lexique du chapitre :

Choc : Événement inattendu qui vient perturber l'équilibre d'un marché.

Institutions (au sens économique) : Ensemble des règles formelles et informelles créées par les Hommes qui ont pour but de diminuer les incertitudes liées à l'activité humaine. Les règles peuvent être d'origine légale ou issue de la coutume.

Demande : Constituée par l'ensemble des intentions d'achats exprimées par les agents économiques sur un ou plusieurs marchés donnés. À distinguer des achats effectivement réalisés.

Équilibre du producteur : Quantité produite et vendue qui permet au producteur de maximiser son profit c'est-à-dire d'obtenir le profit le plus élevé correspond au moment où le Coût marginal = Recette Marginale noté $C_m = R_m$

Équilibre sur un marché : Terme qui désigne une situation où un prix permet de rendre égales la demande agrégée et l'offre agrégée. Cet équilibre est donc caractérisé par un prix – dit « prix d'équilibre » ; et par une quantité : la quantité échangée, appelée aussi « quantité d'équilibre ».

Gains à l'échange : Gains que retirent offreurs et demandeurs lors d'un échange. Les gains à l'échange se mesurent notamment par le surplus dégagé par le producteur et par le consommateur (ceux-ci sont maximisés au prix d'équilibre).

Marché : Ensemble des lieux où se rencontrent une offre et une demande afin d'échanger (du travail, des titres financiers, des biens, des services ...) des ressources. Les marchés se distinguent notamment par la nature des marchandises échangées, leur caractère plus ou moins encadrées, leur histoire et leur degré de concurrence.

Marché parfaitement concurrentiel : Représentation simplifiée du marché concurrentiel (ou modèle scientifique) qui suppose notamment qu'offreurs et demandeurs sont suffisamment nombreux pour que l'action isolée d'un offreur ou un demandeur n'ait d'action sur le prix du marché et/ou les quantités échangées.

Modèle scientifique : Représentation simplifiée de la réalité ayant pour finalité la production de savoirs scientifiques.

Offre : Constituée par l'ensemble des intentions de ventes exprimées par les agents économiques sur un ou plusieurs marchés donnés. À distinguer des ventes effectivement réalisées.

Surplus consommateur : Gains réalisés par les acheteurs d'un produit, sur un marché donné, qui étaient prêt à payer un prix supérieur au prix qui leur est demandé (celui qui égalise l'offre et la demande ou prix d'équilibre).

Surplus producteur : Gains réalisés par les vendeurs d'un produit, sur un marché donné, qui étaient prêt à le vendre à un prix supérieur au prix d'équilibre (celui qui égalise l'offre et la demande).

Plan du chapitre :

1) INTRODUCTION : COMMENT DEFINIR LE MARCHÉ ?

Activité : des marchés au Marché
Schéma (à compléter) d'une économie de marché
Document : Le marché comme construction sociale
Vidéo : pas d'économie sans confiance
Document : Principes économiques d'un village Kabyle

2) COMMENT LES ECONOMISTES SE REPRESENTENT-ILS DE MANIERE SIMPLIFIEE LE MARCHÉ ?

Document : Du coût de production à l'offre individuelle
Cours : Coût de production marginal, offre individuelle et offre agrégée.
Exercice : Élasticité-prix de la demande, demande agrégée

3) COMMENT ANALYSER LA RENCONTRE ENTRE OFFRE ET DEMANDE ?

Document de cours : le marché des fraises

4) QUE SE PASSE-T-IL DES EVENEMENTS INATTENDUS SURVIENNENT ?

Document de cours : Un exemple de choc d'offre positif
Exercice : Le marché mondial du cacao (exemple fictif)
Exercice : le marché du café (exemple fictif)

5) CONCLUSION : ENTRE AUTOREGULATION ET GAINS A L'ECHANGE : LA FORCE DU MODELE DU MARCHÉ PARFAITEMENT CONCURRENTIEL ?

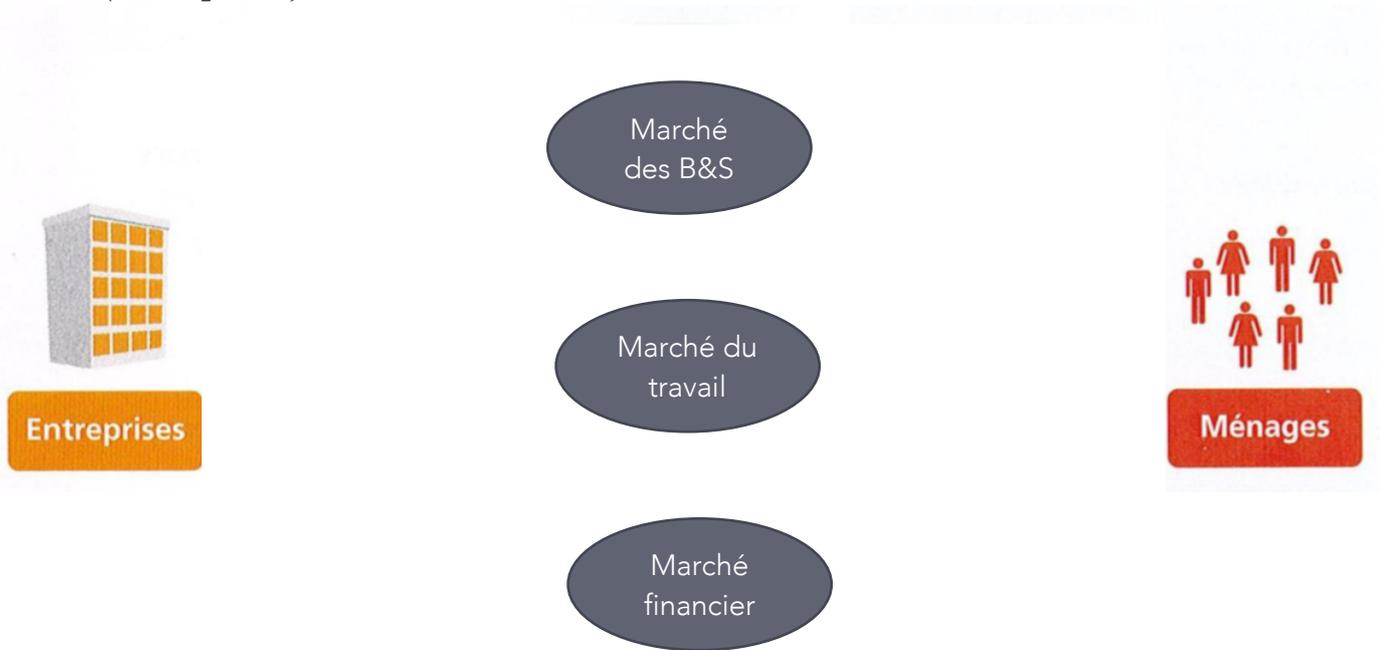
1) Introduction : comment définir le marché ?

Activité : des marchés au Marché

1) Remplir le tableau suivant

	Qu'est-ce qui est échangé ?	Qui souhaite vendre ?	Qui souhaite acheter ?	Les producteurs sont-ils nombreux ou peu nombreux ?
Marché des fraises				
Marché du Cacao				
Marché des voitures d'occasion				
Marché du transport ferroviaire de voyageurs				
Marché des voitures neuves				
Marché des actions				
Marché du travail				
Marché des cours de soutien à domicile				

Schéma (à compléter) d'une économie de marché



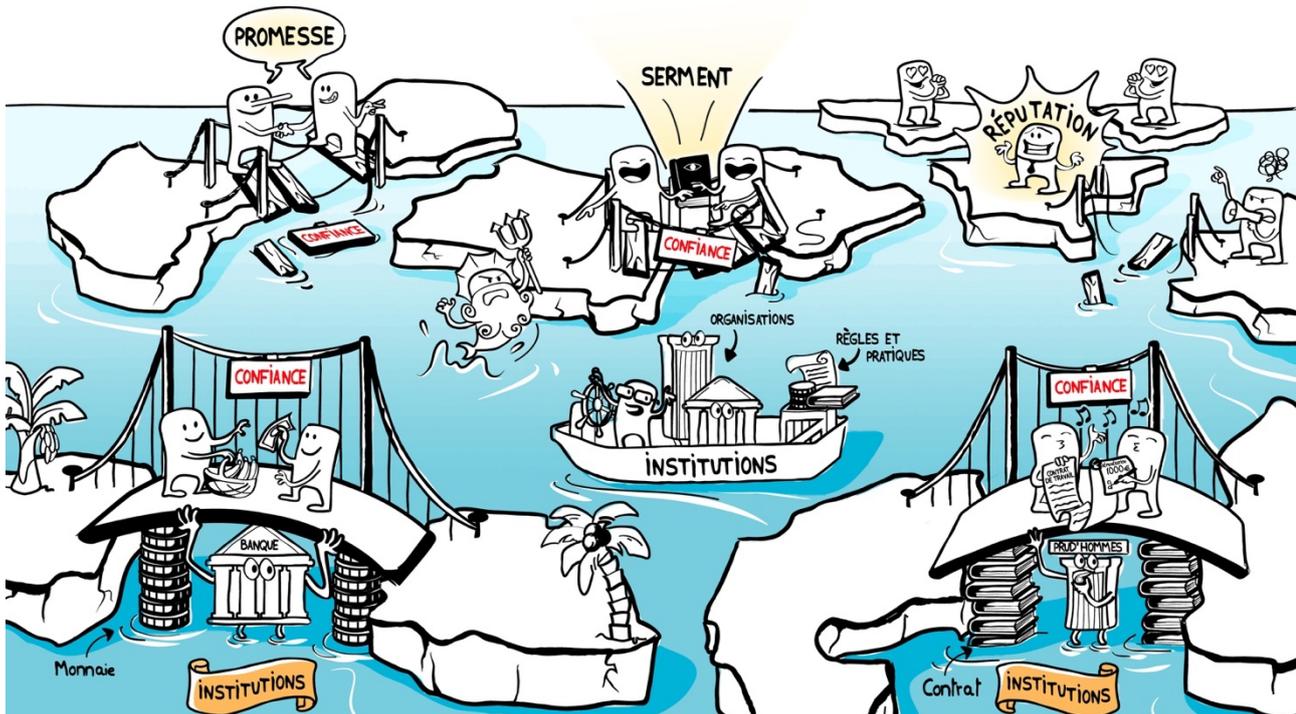
2) Après avoir complété le schéma, déduisez ce qu'est une économie de marché.

Document : Le marché comme construction sociale

Le marché n'est pas un espace qui naît spontanément par la rencontre de deux ou plusieurs individus ayant l'intention de procéder entre eux à des échanges, car ceux-ci ne pourront avoir lieu que si la rencontre entre échangistes potentiels est encadrée par un ensemble d'institutions, de règles écrites ou coutumières et de convention explicites ou tacites, qui organisent et éventuellement sanctionnent le déroulement des échanges. Le marché est précisément cet ensemble, et non pas un espace clos où n'interviendrait que des individus isolés et autonomes, coupés de tout environnement social. (...) Pour le dire vite le marché n'existerait pas sans droit du commerce. On devrait donc dorénavant tenir pour établi le fait que la société préexiste aux relations que nouent les individus entre eux. (...) Le marché conçu comme naturel supposait que la propriété privée était un droit naturel. Or pas plus l'un que l'autre ne peuvent être considérés comme naturels. Il s'agit bien de constructions sociales.

Jean-Marie Harribey, « le marché organisateur de la société ou institution de celle-ci », 2007.

Vidéo : pas d'économie sans confiance



Source : dessine-moi l'économie (vidéo en ligne)

Document : Principes économiques d'un village Kabyle

J'ai assisté, dans les années 60, en Algérie, à ce qui m'apparaît rétrospectivement comme une véritable expérimentation sociale. Ce pays dans lequel certaines populations montagnardes reculées et isolées, comme celles que j'ai pu étudier en Kabylie, avaient pu conserver, à peu près intactes, les traditions d'une économie précapitaliste tout à fait étrangère à la logique du marché (...). C'est sans doute parce que je me suis trouvé placé dans une situation où je pouvais observer de visu le désarroi ou la détresse agents économiques dépourvus des dispositions tacitement exigées par un ordre économique pour nous tout à fait familier, où, étant une structure sociale incorporée, donc naturalisée, elles apparaissent comme allant de soi, naturelles et universelles, que j'ai pu avoir l'idée analyser statistiquement les conditions de possibilité de ces dispositions historiquement constituées. (...)

Dans la société kabyle de la fin de l'ère coloniale, les échanges entre parents ou entre voisins obéissent à la logique du don et du contre-don. Les personnes honorables ne vendent pas du lait (« Tu parles ! I a vendu du lait ! »), ni du beurre ou du fromage, ou encore des légumes ou des fruits, mais on en « fait profiter les voisins » ... Le meunier qui a un excédent de farine ne songerait pas à vendre le produit qui, comme la farine, est la base même de l'alimentation. La logique de dons se combine avec la logique mythico-rituelle pour interdire de rendre vide un ustensile : ce qui est ainsi renvoyé est appelé *el fel*, c'est-à-dire « le porte-bonheur », comme ce qu'on donne au maçon, œufs ou volailles lorsqu'il va travailler hors du village. (...)

Les rapports réduits à leur dimension purement « économique » sont conçus comme des rapports de guerre qui ne peuvent s'engager qu'entre étrangers. Le lieu par excellence de la guerre économique est le marché, moins le marché de village ou de tribu, lieu où l'on côtoie encore des familiers, que les grands marchés de petites villes lointaines (...).

« [La fabrique de l'habitus économique](#) », Pierre Bourdieu, 2003.

3) Proposez un résumé de 10 à 20 lignes des trois documents afin de montrer que le marché n'est pas naturel.

2) Comment les économistes se représentent-ils de manière simplifiée le marché ?

Face à la diversité de marchés (selon le type de marchandises échangées mais aussi le degré de concurrence qui le caractérise) rendant difficile toute analyse exhaustive, les économistes vont construire un modèle de marché scientifique c'est-à-dire ils vont retenir quelques caractéristiques de fonctionnement d'un marché et isoler, le temps de l'analyse, d'autres éléments jugés secondaires (étape de modélisation).

Pour simplifier ils vont agréger, d'un côté, les offres individuelles, qu'ils supposent (très) nombreuses et les demandes individuelles supposées aussi (très) nombreuses. Comme offreurs et demandeurs sont très nombreux, on dit qu'ils sont dans une structure de marché concurrentiel et comme il s'agit d'un modèle économique, une représentation simplifiée/schématisée/idéalisée d'un marché concurrentiel, on qualifiera ce modèle de **marché parfaitement concurrentiel**.

Document : Du coût de production à l'offre individuelle

Une entreprise lance sa production de basket. Compte tenu des caractéristiques du marché des baskets de marque (marché concurrentiel), elle s'aligne sur la concurrence en fixant un prix de vente unitaire à 150€.

Quantités	Coût de production total (1)	Coût de production marginal	Recette marginale = prix unitaire	Chiffre d'affaires = recette totale (2)	Bénéfice (2) – (1)
0	300	X	X		
1	330	30			
2	380				
3	450				
4	540				
5	650				
6	780	1			
7	930				
8	1100				
9	1290				
10	1500				

4) Pourquoi existe-t-il un coût de production alors même que l'entreprise n'a pas commencé à produire (quantité 0) ?

5) Quelle quantité l'entreprise doit-elle produire pour minimiser ses pertes ?

6) Quelle quantité l'entreprise doit-elle produire pour maximiser son profit pour un prix de vente de 150€ ?

Supposons maintenant que le prix soit, non pas de 150 €, mais de 170 €.

Quantités	Coût de production total (1)	Coût de production marginal	Recette marginale = prix unitaire	Chiffre d'affaires = recette totale (2)	Bénéfice (2) – (1)
0	300	X	X		
1	330				
2	380				
3	450				
4	540				
5	650				
6	780				
7	930				
8	1100				
9	1290				
10	1500				

7) Quelle quantité permettra au producteur de maximiser son profit pour un prix de vente de 170€ ?

Supposons enfin que le prix soit, non pas de 170 €, ni de 150€, mais de 130 €.

Quantités	Coût de production total (1)	Coût de production marginal	Recette marginale = prix unitaire	Chiffre d'affaires = recette totale (2)	Bénéfice (2) – (1)
0	300	X	X		
1	330				
2	380				
3	450				
4	540				
5	650				
6	780				
7	930				
8	1100				
9	1290				
10	1500				

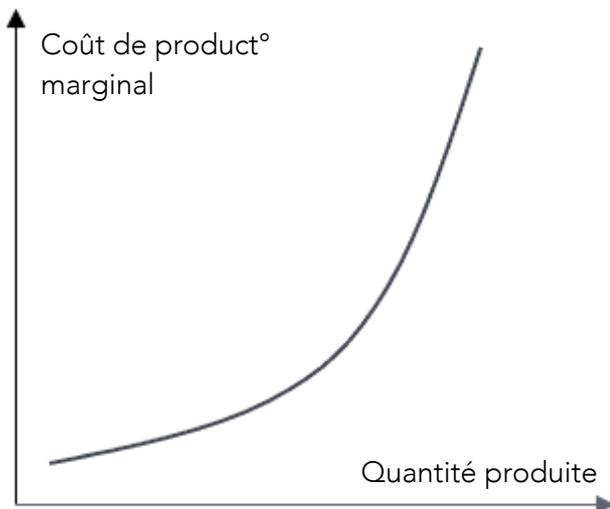
8) Quelle quantité permettra au producteur de maximiser son profit pour un prix de vente de 130€ ?

Cours : Coût de production marginal, offre individuelle et offre agrégée.

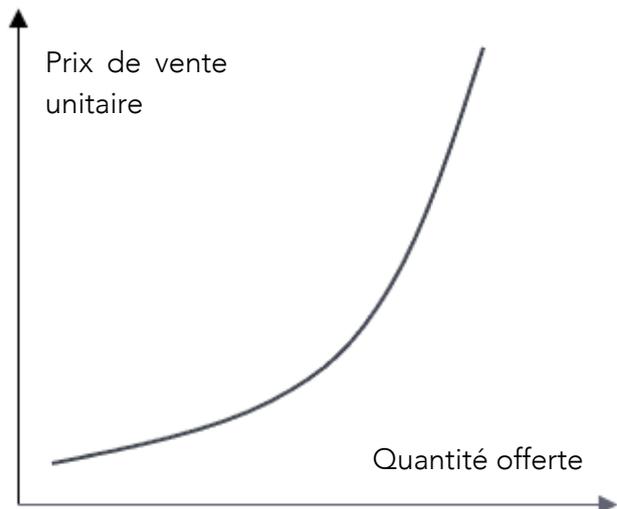
On remarque, à partir de l'exercice précédent, que plus le prix unitaire de vente est élevé plus le producteur augmentera sa production pour atteindre la production qui lui permettra de maximiser son profit lorsque celle-ci est vendue. On peut aussi observer qu'il maximise son profit lorsque le coût de production de la dernière unité vendue égalise le prix unitaire de vente c'est-à-dire quand *coût de production marginal* = *recette marginale*. Ainsi, l'offre individuelle est croissante avec le prix.

Nous pouvons en déduire, par extension, que l'offre agrégée (addition des offres individuelles de chaque entreprise) est croissante avec le prix.

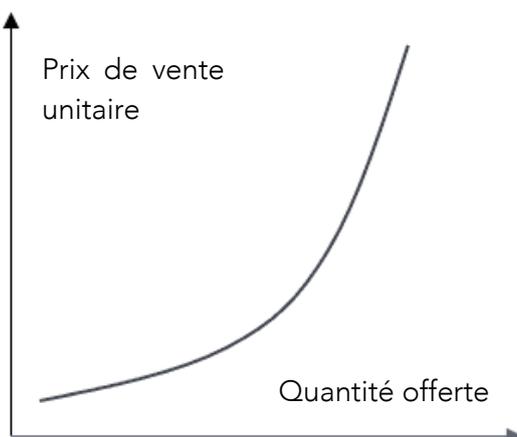
Graphique A représentant une simplification du coût de production marginal d'une entreprise



Graphique B représentant l'offre individuelle en fonction du prix de vente



Pour passer du graphique A au graphique B on doit bien garder à l'esprit que l'entreprise qui décide de produire compare le coût de production marginal avec la recette marginale (= le prix de vente) car c'est la quantité qui égalise recette marginale et coût de production marginal qui lui permettra d'obtenir le profit le plus élevé. Comme le coût de production marginal est croissant (d'après certains économistes) alors plus le prix augmente plus l'entreprise acceptera d'augmenter les quantités produites et mise en ventes autrement dit les quantités offertes (graphique B).



Graphique C représentant l'offre agrégée en fonction du prix de vente.

Le graphique C se déduit des deux précédents car on raisonne en partant du principe que les contraintes qui pèsent sur une entreprise (coût de production marginale croissant) peut être étendu à toutes les autres firmes et que la maximisation du profit est recherchée par toutes les entreprises aussi ...

Exercice : Élasticité-prix de la demande, demande agrégée

Une entreprise européenne produisant des tablettes de chocolat noir vend ces tablettes à d'autres pays membres de l'union européenne. La demande à laquelle elle répond se répartit comme suit :

Prix en €	Demande individuelle du Pays 1	Demande individuelle Pays 2	Demande individuelle Pays 3	Demande agrégée
1	600	400	500	
1,5	500	370	495	
2	400	340	490	
2,5	300	310	485	
3	200	280	480	
3,5	100	250	475	

- 9) Complétez la dernière colonne.
 10) Des trois pays dans lequel les consommateurs semblent le plus apprécier le chocolat ? Le moins ? Justifiez.
 11) Représentez sur un graphique avec pour abscisse les quantités et pour ordonnée les prix la demande agrégée de tablettes de chocolat.

3) Comment analyser la rencontre entre Offre et Demande ?

Le marché parfaitement concurrentiel est un modèle scientifique. On suppose un certain nombre d'hypothèses en amont, on simplifie la réalité pour mieux raisonner. L'idée c'est, qu'à partir de cette maquette de la réalité, on va pouvoir en déduire un certain nombre de conséquences théoriques.

Document de cours : le marché des fraises

En France, le marché des fraises présente les caractéristiques suivantes (exemple fictif) :

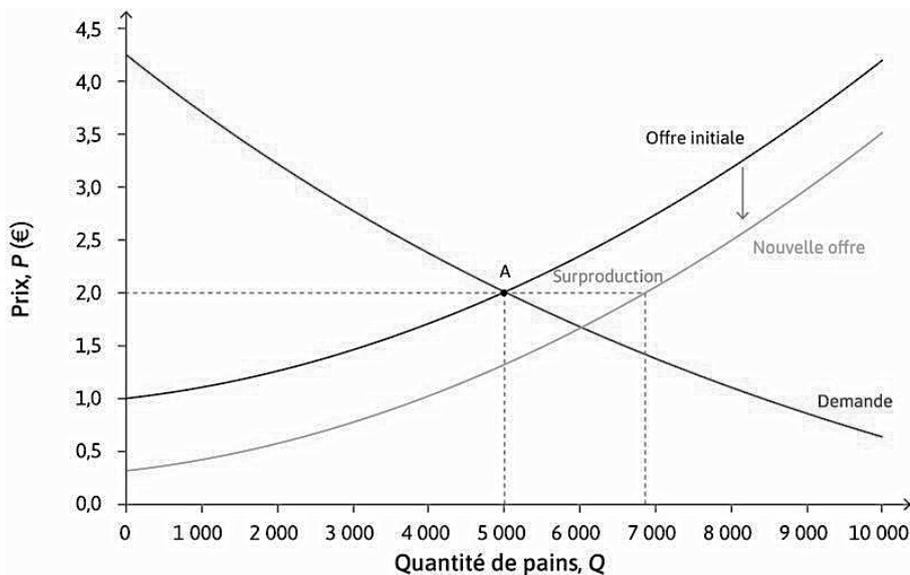
Prix au Kg	1	1,5	2	2,5	3	3,5	4
Demande en tonne	60	55	50	45	40	35	30
Offre en tonne	40	45	50	55	60	65	70

12) Tracer les courbes d'offre et de demandes du marché parfaitement concurrentiel des tomates.

4) Que se passe-t-il des événements inattendus surviennent ?**Document de cours : Un exemple de choc d'offre positif**

13) Rayez les mentions inutiles au fur et à mesure de la démonstration.

Graphique 1 : Survenue d'un choc et situation temporaire de déséquilibre



Le coût de la farine qui entre dans la composition du pain baisse en raison d'une situation climatique favorable à la production de blé. Comme le blé, qui entre dans la composition de la farine utilisée pour fabriquer le pain est disponible en plus grande quantité le coût qu'il représente pour le boulanger diminue. Ce dernier peut donc produire pour un même coût des quantités plus importantes.

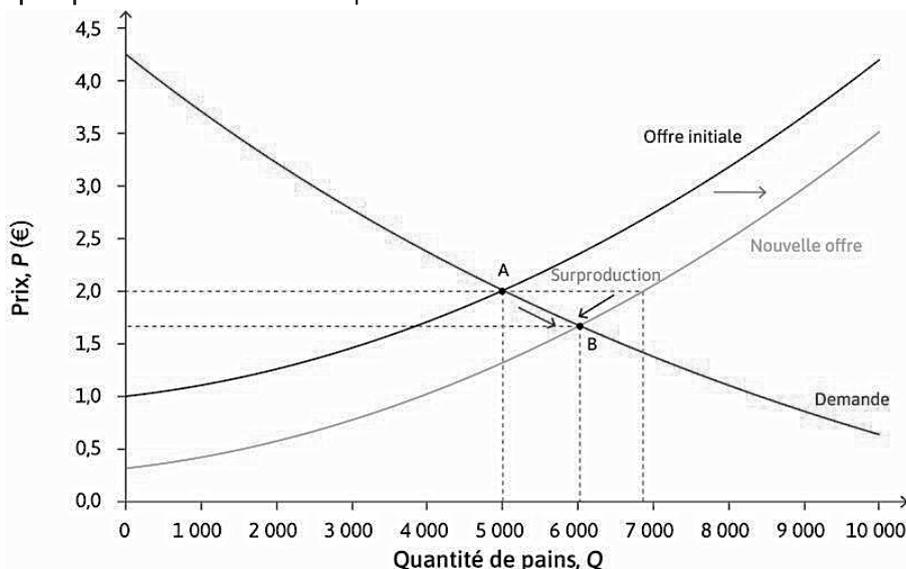
On parle alors de **choc d'offre** (modification des conditions de l'offre, ici du coût de production) **positif** puisque les quantités offertes *augmentent/diminuent*.

Graphiquement, cette *hausse/baisse* de l'offre se traduit par le déplacement de la courbe d'offre vers la *droite/vers la gauche*. Dans le cas du choc d'offre positif sur le marché du pain un déséquilibre apparaît. Nous sommes plus précisément dans une situation de *surproduction/pénurie* car l'offre (6 800 pains) est *supérieure/inférieure* à la demande (5 000 pains) à l'ancien prix d'équilibre de 2 euros. Face à cette situation de *surproduction/pénurie* et parce que nous sommes dans une situation concurrentielle les producteurs *baissent/augmentent* simultanément leurs prix pour *écouler/stocker* leur production. Le prix passe de 2€ à 1,7€.

En raison de cette \searrow du prix du pain, l'offre de pain \searrow et la demande de pain *augmente/diminue*.

Cette situation se traduit par un déplacement le long des courbes d'offre et de demande :

Graphique 2 : Le retour à l'équilibre



Un nouvel équilibre se forme au prix de 1,7€. A ce prix-là, l'offre égalise la demande et 5 000/6 000/7 000 pains seront vendus et achetés.

Exercice : le marché du café (exemple fictif)

Prix de la tonne de café	Offre de café	Demande de café
1 000	2 000	8 000
1 500	3 000	7 500
2 000	4 000	7 000
2 500	5 000	6 500
3 000	6 000	6 000
3 500	7 000	5 500
4 000	8 000	5 000

Question 1 :

Représentez graphiquement l'offre et la demande du marché du café (prix en ordonnées, quantités en abscisses) en utilisant la feuille quadrillée en annexe et déterminez l'équilibre de ce marché (3 points)

Question 2 :

On découvre que le café est un bon anti-rides... La demande de café augmente de 500 tonnes pour chaque niveau de prix. Représentez la nouvelle situation sur le même graphique. Expliquez ce que vous remarquez. (4 points)

Exercice (à faire en classe et à rendre) : Le marché mondial du cacao (exemple fictif)

Prix (€/kg)	0,75	1	1,25	1,5	1,75	2	2,25	2,5
Quantité demandée (millions de tonnes)	6,5	6	5,5	5	4,5	4	3,5	3
Quantité offerte (millions de tonnes)	1,5	2	2,5	3	3,5	4	4,5	5

Question 1 :

Représentez graphiquement ce marché fictif du cacao sur la feuille quadrillée en annexe (quantités en abscisses ; prix en ordonnées), puis déterminez le prix et la quantité d'équilibre. (3 points)

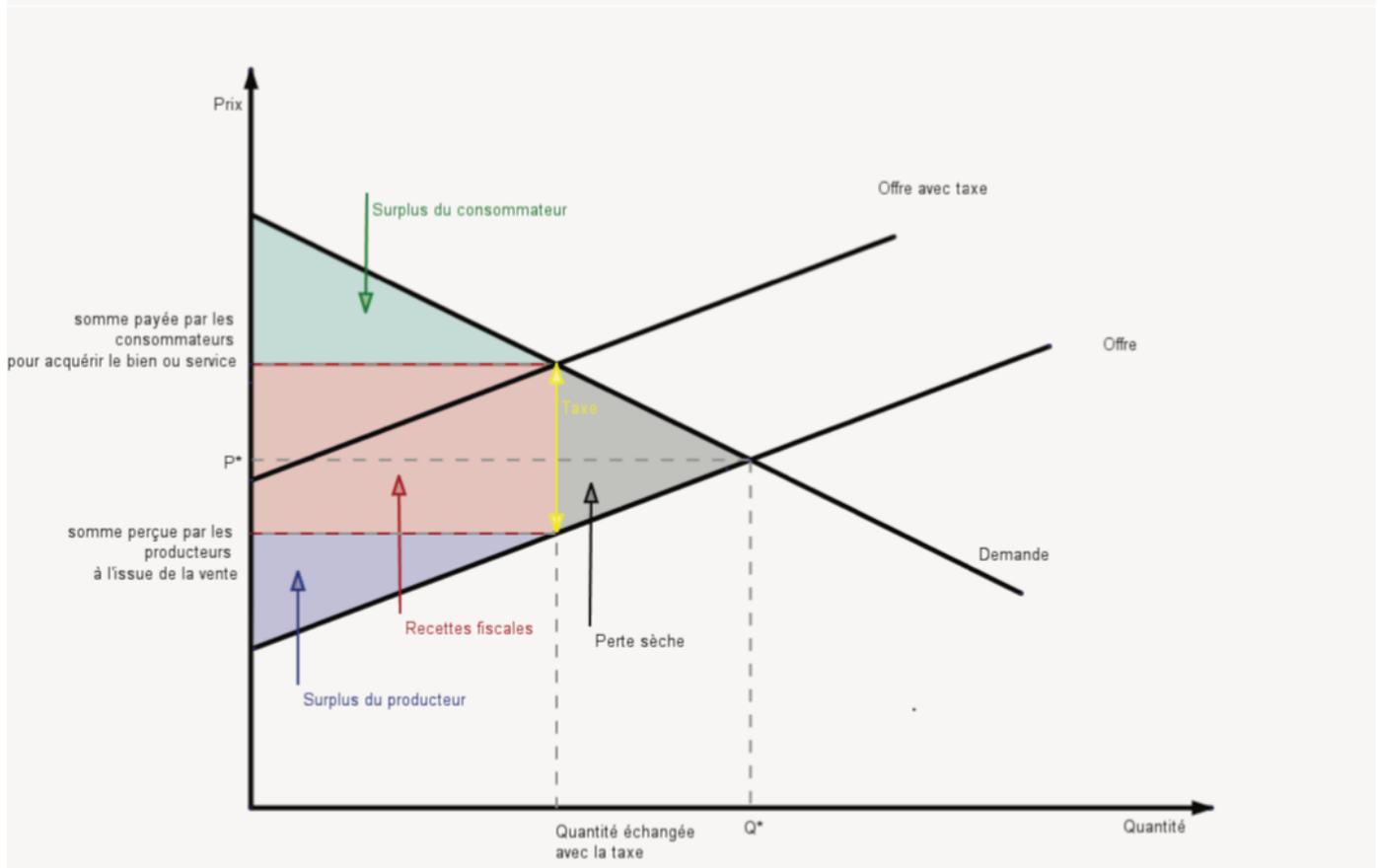
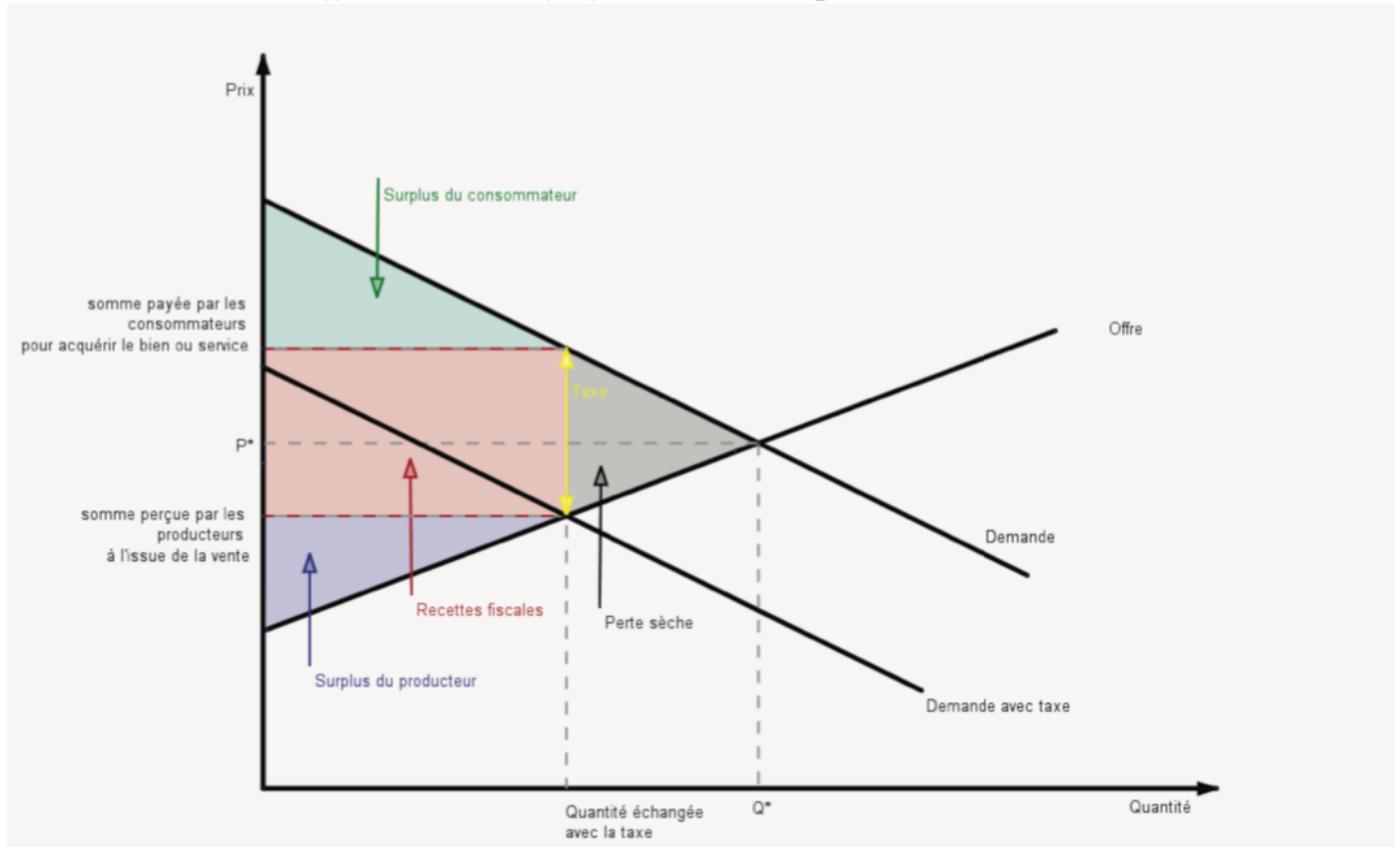
Question 2 :

À la suite de bonnes récoltes, l'offre de cacao augmente de 2 millions de tonnes pour chaque niveau de prix. Représentez la nouvelle situation sur le même graphique. Expliquez ce que vous constatez. (4 points)

5) Conclusion : Entre autorégulation et gains à l'échange : la force du modèle du marché parfaitement concurrentiel ?

14) Dessinez sur votre cahier, à main levée (et sans chiffres !), une représentation graphique de marché parfaitement concurrentiel. Pensez à indiquer le titre des axes, à nommer vos courbes et à représenter le prix et la quantité d'équilibre.

Document de cours : Effet d'une taxe forfaitaire sur l'équilibre de marché



Mais si l'instauration d'une taxe entraîne une perte sèche (perte de bien-être pour producteurs et consommateurs) pourquoi les pouvoirs publics instaurent-ils une taxe ?