

# Chapitre 2 : la coordination par le marché

## II. Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

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

### **A. LA LOI DE L'OFFRE ET DE LA DEMANDE DANS LE MODÈLE CONCURRENTIEL**

# **Introduction: La construction d'un modèle pour comprendre les échanges sur le marché**

Chaque jour, en France, près de 3,5 millions d'entreprises produisent tout un ensemble très divers de biens et de services : télévisions, voitures, enseignement, livres, coiffure, transport routier, restauration, soins... ces biens et services sont destinés aux 65 millions de consommateurs potentiels, qui, chaque jour, prennent chacun des dizaines de décisions : qu'acheter, en quelle quantité, dans quel magasin, en choisissant quelle marque... c'est l'addition de toutes ces décisions individuelles qui au final détermine quel est le niveau et la structure de l'activité économique de la France.

Comment comprendre une réalité si complexe, où chaque décision individuelle peut avoir des conséquences multiples pour tout un ensemble d'autres individus ? Pour ce faire, les économistes utilisent des modèles, qui sont un outil fondamental pour eux, outil sans lequel ils seraient bien incapables de comprendre le fonctionnement d'une économie. Comme le dit Paul Krugman dans *Microéconomie*, «la théorie économique consiste principalement en un ensemble de modèles, une série de représentations simplifiées de la réalité économique qui nous permet de comprendre une grande diversité de problèmes économiques ».

- Un modèle est une représentation simplifiée de la réalité utilisée pour mieux comprendre les situations réelles. Pour cela, il faut donc bien « simplifier » cette réalité, en garder les traits les plus importants, et oublier l'accessoire, comme on le fait lorsque l'on réalise une vraie maquette. Un « modèle » n'est donc pas une représentation parfaite de la réalité, mais une représentation schématisée, idéalisée, simplifiée, qui a pour ambition d'en montrer les principaux aspects afin de mieux les comprendre et les analyser... en laissant de côté les détails inutiles ou secondaires.

- Les économistes néoclassiques (courant théorique libéral, apparu à la fin du XIXe siècle avec Stanley Jevons, Léon Walras et Vilfredo Pareto) vont donc construire un modèle du marché «en concurrence pure et parfaite» pour comprendre comment agissent les agents sur le marché et en tirer des lois explicatives. Ce modèle poursuit deux objectifs :
  - Dire ce qui est : le modèle devrait permettre de comprendre les comportements du passé et de prévoir les comportements futurs. On est dans "l'économie positive".
  - Dire ce qui devrait être : l'idée est de tester plusieurs alternatives et, à partir de là, de pouvoir déterminer laquelle est préférable. Ceci devrait aider l'Etat à déterminer quelle est la meilleure politique économique dans un contexte précis. On est dans "l'économie normative".

- Un modèle repose sur des hypothèses qui doivent être confrontées aux faits constatés : en fonction des hypothèses retenues pour construire le modèle, on mettra en avant certaines variables et on en laissera de côté d'autres, de telle sorte que le modèle, s'il correspond à une « maquette » de la réalité, est une maquette bien imparfaite. Comment alors savoir si cette maquette est malgré tout crédible ? Comment savoir si elle est valable pour représenter et comprendre la réalité des faits ? C'est simple : après avoir construit le modèle et lui avoir fait dire ce qu'il avait à dire (par exemple, comment les offreurs et les acheteurs réagissent-ils à une variation des prix), l'économiste va confronter ses résultats aux faits constatés. Si le modèle permet de retrouver les données constatées, de les expliquer ou même de prévoir à peu près correctement les données à venir, alors c'est un modèle performant qui doit être retenu, car il est prédictif. Dans le cas contraire, il faut soit en changer, soit chercher à l'améliorer et changeant quelques unes des hypothèses qui ont été à la base de sa construction.

Le modèle néoclassique de la concurrence pure et parfaite repose sur un certain nombre d'hypothèses qui concernent à la fois le comportement des acteurs et le fonctionnement du marché. Il s'inscrit dans la partie de la science économique qui étudie le comportement des individus et des entreprises dans le cadre du marché que l'on appelle la microéconomie.

*Néoclassique = école de pensée économique du fin du XIX<sup>e</sup> siècle (Pareto, Marshall, Menger, Jevons, Walras...) analyse de la valeur et surtout des analyse économique s'appuyant sur la rationalité des comportements des agents économiques. Notions de Utilité marginale et d'équilibre du marché et sur une conception de l'individu en tant qu'Homo œconomicus.*

- Hypothèse n° 1 : l'individualisme méthodologique. On suppose que les phénomènes collectifs peuvent être décrits et expliqués à partir des propriétés et des actions des individus et de leurs interactions mutuelles. Le système social, et ses changements, résultent donc de l'action des individus. Chaque individu poursuit son objectif qui lui est propre. L'activité économique est donc la somme de toutes ces actions individuelles.

- Hypothèse n° 2 : la rationalité des individus. Pour prendre leurs décisions, ils calculent en permanence les coûts et les avantages de leurs actions. Ils retiendront celle dont les avantages sont les plus élevés par rapport aux coûts, c'est-à-dire celle qui leur apporte le maximum de satisfaction (consommateur) ou le maximum de profit (producteur). L' "homo œconomicus" des néoclassiques est un être rationnel, égoïste et maximisateur.

- Hypothèse n° 3 : la liberté d'agir. Les individus sont libres d'agir comme ils l'entendent. Ils ne sont contraints que par leurs ressources (revenu, patrimoine) et les possibilités offertes par la technologie.

- Hypothèse n° 4 : Le marché est le lieu unique de l'échange économique. On suppose que tous les agents économiques passent par le marché pour échanger ce qui évite les négociations interpersonnelles et les conflits. Le marché centralise toutes les offres et toutes les demandes d'une marchandise donnée. L'offre correspond aux quantités maximales de biens, de services, de travail ou de capitaux que les agents sont prêts à vendre à un prix donné. La demande correspond aux quantités maximales de biens, de services, de travail ou de capitaux que les agents sont prêts à acheter à un prix donné.

- Hypothèse n° 5 : Le prix est fixé chaque jour par le marché et il existe un prix unique pour chaque bien. Les agents économiques connaissent le prix du jour fixé par le marché. C'est la seule information qu'ils prennent en compte pour formuler leur offre et leur demande compte tenu de leurs contraintes (le revenu pour le consommateur et le coût de production pour le producteur). Ils sont des "preneurs de prix" ou des "price-takers", c'est-à-dire qu'ils ne peuvent influencer le prix.

- Hypothèse n° 6 : un commissaire priseur est chargé d'organiser la confrontation entre les offres et les demandes. Il propose plusieurs prix (enchères progressives ou dégressives) jusqu'à trouver le prix d'équilibre qui égalise l'offre et la demande pour un bien précis. Les agents ne procèdent entre eux à aucun échange direct. Le prix n'est donc pas négocié entre acheteur et vendeur.

# 1. Le modèle concurrentiel : les hypothèses de la concurrence pure et parfaite

Les économistes cherchent à simplifier la réalité en construisant des modèles comme celui de la concurrence pure et parfaite. Les cinq hypothèses de ce modèle sont nécessaires pour que le marché fonctionne idéalement.

1. **Transparence** : l'information de tous les acteurs du marché est parfaite, immédiate et sans coût.
2. **Atomicité** : il existe un nombre d'acteurs assez grand pour qu'aucun ne dispose d'un poids suffisant pour influencer les conditions du marché.
3. **Homogénéité** : tous les biens qui satisfont un besoin particulier sont considérés comme identiques par les acheteurs.
4. **Parfaite mobilité des facteurs** : le travail et le capital peuvent se déplacer instantanément et sans coût d'une activité à une autre, d'un lieu à un autre.

5. **Libre accès au marché** : les agents ont la possibilité de faire des offres et des demandes à tout moment sans contrainte ni coût et le marché s'adapte parfaitement.

Dans cet environnement concurrentiel, le prix de marché s'impose aux acteurs qui sont preneurs de prix ou « price-taker ».

D'après C. Lefebvre, « Les mécanismes du marché. La loi de l'offre et de la demande », in *Cahiers français, Découverte de l'économie*, n° 345, juillet-août 2008.

## Qu'est-ce que la concurrence ?

Sur un marché concurrentiel, les entreprises cherchent à attirer le plus grand nombre de consommateurs en leur offrant des biens et services au prix le plus bas possible. Si une entreprise vend moins cher qu'une autre, les autres entreprises sont obligées de s'aligner sur son prix.

*Question 1) Que signifie l'hypothèse d'atomicité du marché ?*

Un marché qui respecte l'hypothèse d'atomicité se caractérise par la présence d'un grand nombre d'acheteurs et d'un grand nombre de vendeurs.

*Question 2) Pourquoi le libre accès au marché est-il une condition de la concurrence ?*

Le libre accès au marché est une condition de la concurrence parce que cette hypothèse permet aux firmes de passer d'un marché à l'autre pour profiter de prix plus élevés. L'arrivée de nouvelles firmes renforce la concurrence sur le marché du bien dont le prix est élevé et fait baisser le prix. Si l'accès au marché est libre, la firme se comporte comme si elle était en CPP du simple fait de l'existence d'une concurrence potentielle (théorie des marchés contestables).

*Question 3) Expliquez les deux phrases soulignées.*

Sur un marché concurrentiel, les agents économiques sont preneurs de prix, c'est-à-dire que le prix du marché s'impose à eux. Par exemple, les entreprises qui évoluent dans un environnement concurrentiel n'ont pas la capacité de déterminer le niveau de prix. Si elles fixent un niveau de prix supérieur à celui du marché, les consommateurs achètent le même produit chez d'autres offreurs qui le proposent à un prix plus faible. L'entreprise doit baisser son prix pour s'aligner sur celui du marché.

*Question 4) Donnez des exemples de biens pour lesquels les conditions de transparence, d'homogénéité et d'atomicité ne sont pas satisfaites.*

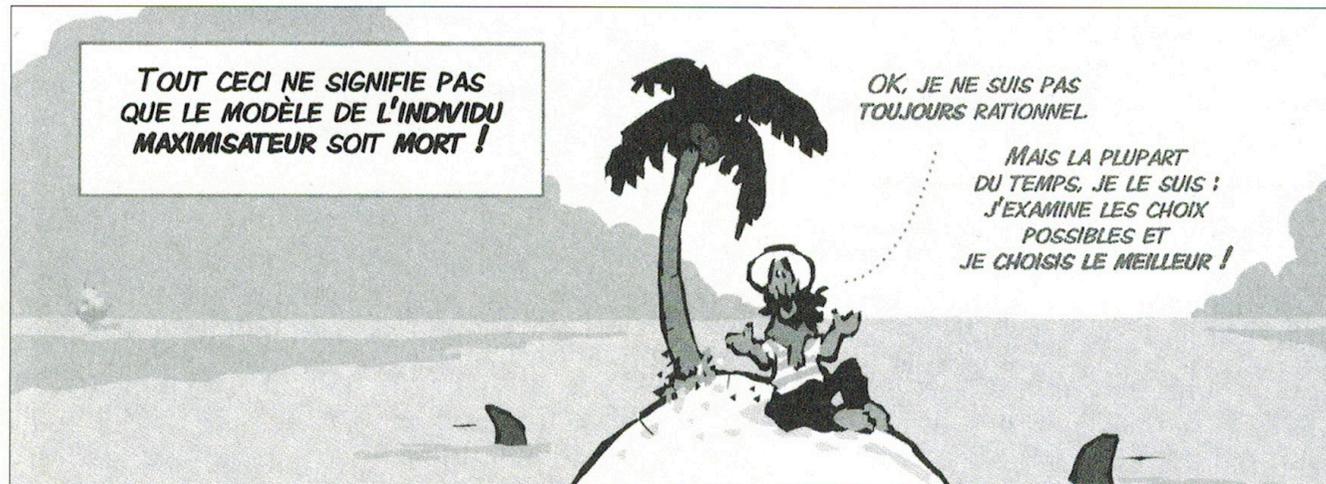
- Transparence non satisfaite : Automobiles d'occasion, assurances, crédits, produits financiers...
- Homogénéité : non satisfaite Automobiles, téléphones portables, paquets de céréales...
- Atomicité non satisfaite : Automobiles, logiciels d'exploitation, diamants...

## 2. Le modèle concurrentiel : le comportement des acteurs économiques

L'analyse économique repose en grande partie sur l'hypothèse fondamentale du choix rationnel, selon laquelle les gens évaluent les coûts et les avantages de chaque possibilité. [...] Dans le cas d'un individu, l'hypothèse de rationalité signifie que ses choix et ses décisions sont dictés par son intérêt personnel. [Certes], [...] il se peut que Sophie ait envie de rouler en Porsche, de posséder un yacht et de vivre dans une grande maison. [...]. André, quant à lui, est prêt à accepter un revenu inférieur pour avoir plus de vacances et de loisirs tout au long de l'année. [...] Ce qui retient l'attention des économistes, [...] c'est à quelles décisions ils peuvent s'attendre de la part de Sophie et d'André, dans le cas où chacun poursuit rationnellement son propre intérêt. Quant aux entreprises, l'hypothèse de comportement rationnel implique qu'elles ont pour objectif de maximiser

leurs profits. [...] Les économistes sont pratiquement unanimes pour admettre que le modèle concurrentiel ne fournit pas une description parfaite des économies réelles. Toutefois, la plupart d'entre eux continuent de s'en servir comme une référence utile. [...] Les économistes reconnaissent que ce modèle peut donner des résultats satisfaisants, avec des prévisions qui correspondent assez bien à ce que l'on observe effectivement.

Joseph Stiglitz, *Principes d'économie moderne*, De Boeck Supérieur, 2007.



G. Klein et Y. Bauman,  
*L'Économie en bande dessinée*, Eyrolles, 2012.

## *Question 1) Quel est l'intérêt de l'hypothèse de rationalité des acteurs ?*

Les économistes supposent que les individus sont rationnels. Lorsqu'un agent économique s'est donné un objectif, il examine toutes les démarches qui s'offrent à lui pour parvenir à son but et il choisit celle qui lui permettra de l'atteindre le plus efficacement : il cherche à maximiser son intérêt. Émettre une telle hypothèse de comportement permet de prévoir la manière dont des individus vont agir ou réagir.

*Question 2) Sophie décide de ne pas travailler beaucoup : est-elle rationnelle ?*

Sophie a une préférence pour des activités et des biens qui nécessitent beaucoup d'argent. Par conséquent, si Sophie décide de ne pas beaucoup travailler, sa décision n'est pas rationnelle car elle ne pourra pas atteindre ses objectifs.

### *Question 3) Comment comprenez-vous le dessin humoristique ?*

Ce dessin montre que la description du comportement des individus (le choix rationnel) n'est pas toujours réaliste.

Pour autant, cela ne doit pas les conduire à rejeter le modèle du choix rationnel parce que :

- un modèle est une représentation simplifiée de la réalité ;
- cette simplification permet de comprendre un monde très complexe. Exemple : une carte de randonnée est peu réaliste, elle occulte ou simplifie beaucoup d'éléments de la réalité comme des tas de pierres, des végétaux, etc., mais elle est beaucoup plus efficace pour s'orienter qu'une carte très réaliste à l'échelle 1 par exemple ;
- la force d'un modèle ne réside pas dans le réalisme de ses hypothèses mais dans sa capacité prédictive comme l'affirmait Milton Friedman en 1953 ;
- même s'il n'est pas toujours rationnel, un individu adopte souvent un comportement proche de la rationalité.

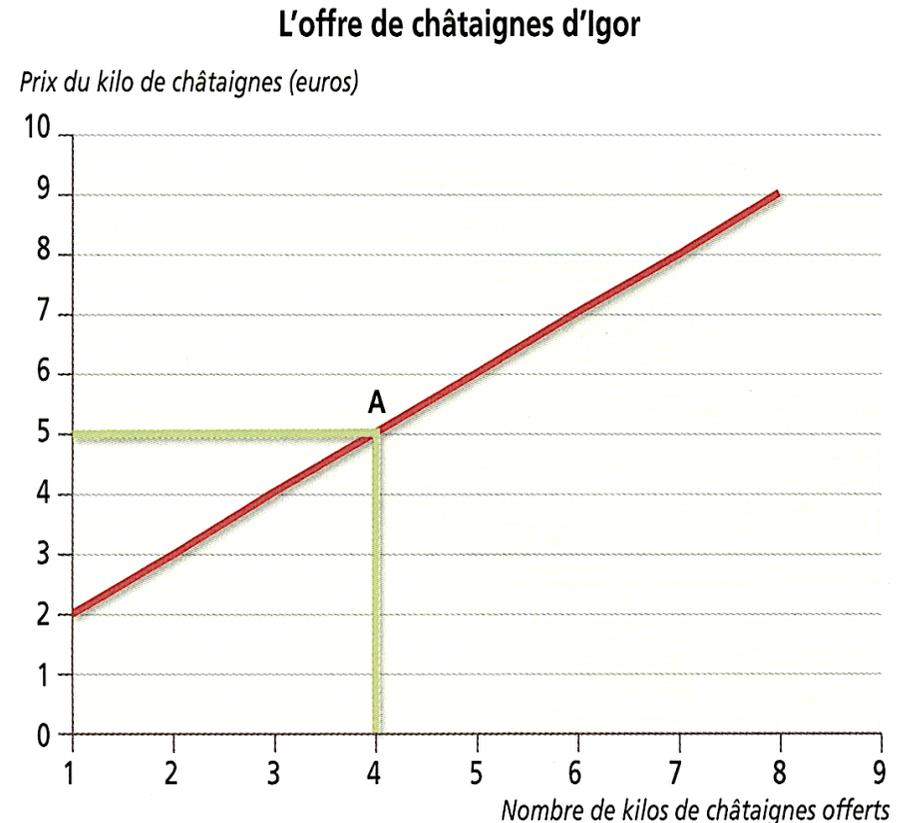
### 3. L'offre, une relation croissante entre prix et quantités offertes

Igor exploite et vend des châtaignes sur un marché très concurrentiel. Combien doit-il produire de kilos de châtaignes pour maximiser son profit ? On sait que le profit est maximum quand le volume de production est tel que coût marginal = prix de vente<sup>1</sup>. Igor doit donc comparer le coût marginal selon les quantités produites avec le prix du marché.

Prix du marché (1)	Quantités produites	Coût marginal (2)	Hausse du profit dû au dernier kilo produit : (1) - (2)
5 €	3 kilos	4 €	+ 1 €
5 €	4 kilos	5 €	0 €
5 €	5 kilos	6 €	- 1 €

Quand le prix au kilo est de 5 euros, produire 3 kilos de châtaignes augmente son profit (coût marginal inférieur au prix de vente). Produire 5 kilos diminue son profit (coût marginal supérieur au prix de vente). Igor doit produire 4 kilos de châtaignes car, pour cette quantité, son profit est maximum (point A du graphique). Igor peut refaire ce calcul pour tous les prix : 1, 2, 3... En raison de la loi des rendements décroissants, les coûts marginaux sont croissants quand les quantités augmentent. Par conséquent, un prix plus élevé incite Igor à produire plus : l'offre est une fonction croissante du prix.

M. Sarzier, Magnard, 2014.



*Question 1) Quand le prix est égal à 8, pourquoi Igor produit-il 7 kilos de châtaignes ?*

Igor est un agent économique rationnel qui souhaite maximiser son profit. Lorsque le prix des châtaignes est de 8 euros, il produit des châtaignes tant que le coût marginal de production d'un kilo de châtaigne est inférieur ou égal à 8 euros. Ainsi chaque kilo de châtaigne produit jusqu'à la septième unité permet d'augmenter son profit total.

## *Question 2) Pourquoi le coût marginal est-il décroissant ?*

Le coût marginal croissant signifie que chaque kilo de châtaignes nouvellement produit coûte plus cher à produire que le kilo précédent. La loi des rendements décroissants explique cette hausse du coût marginal : une hausse de la production due à l'augmentation de la quantité d'un facteur de production (par exemple le travail) alors que l'autre facteur reste stable (par exemple le capital) entraîne une baisse de la productivité marginale du facteur en croissance (ici le travail). Autrement dit, il faut davantage de travail pour produire un nouveau kilo de châtaignes que pour produire le kilo précédent, ce qui fait augmenter le coût marginal du dernier kilo de châtaignes produit.

## Rappel loi des rendements décroissants

- La loi des rendements décroissants est un concept développé par l'économiste David Ricardo. Il a appliqué ce concept à l'agriculture en affirmant que plus des terres sont exploitées pour faire face à l'accroissement de la population, moins elles seront fertiles et les rendements diminueront. L'exploitation des ressources est donc rentable pour un petit nombre de personnes mais lorsque la population augmente et nécessite l'exploitation d'autres ressources, celles-ci sont moins productives. Cette théorie rejoint celle de l'économiste Thomas Malthus qui soutient que la hausse de la population engendre la réduction des ressources disponibles.
- Selon David Ricardo, les rendements risquent de paralyser l'économie d'un pays car, si l'on se fie à sa théorie, la croissance démographique conduit à la réduction des ressources et la contre-productivité. Il est donc essentiel selon lui de favoriser le progrès technique qui permet d'augmenter les rendements en fonction de la demande, mais aussi de se spécialiser dans un domaine d'activité où l'on est le plus productif (théorie de l'avantage comparatif).

*Question 3) Quelle en est l'incidence sur la relation entre l'offre et le prix ?*

Un agent économique maximise son profit lorsqu'il produit une quantité qui égalise le prix et le coût marginal. Puisque le coût marginal est croissant, plus le prix sera élevé, plus la quantité qui pourra être produite (parce qu'elle génère un profit marginal) sera importante. L'offre est donc une fonction croissante du prix.

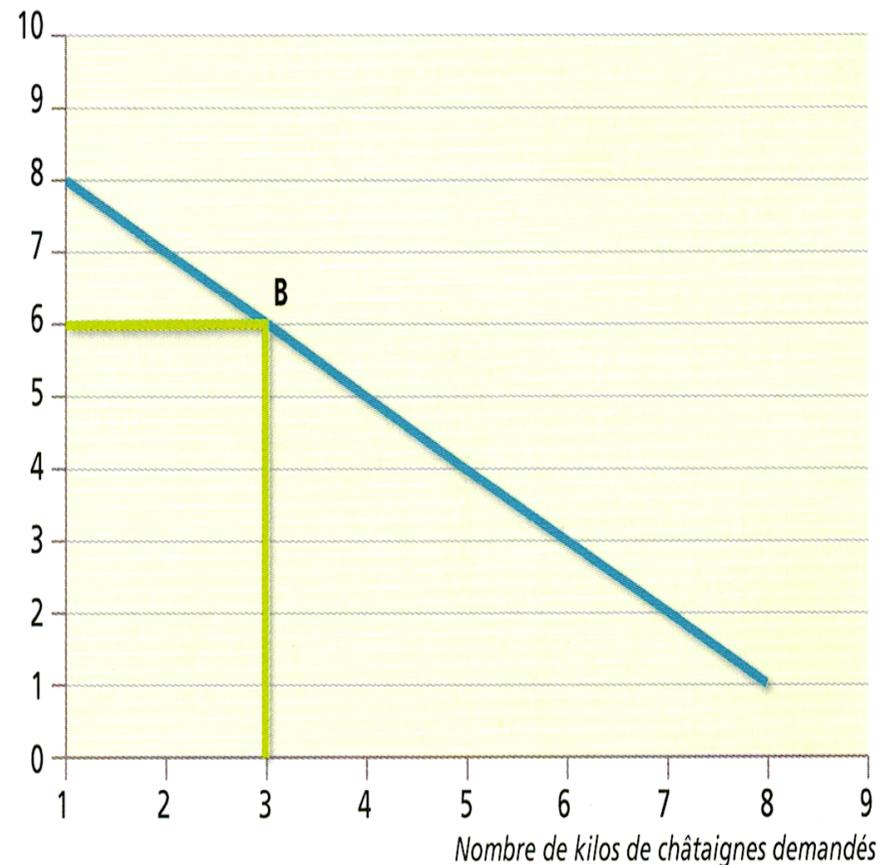
## 4. La demande, une relation décroissante entre prix et quantités demandées

Jeanne aime beaucoup les châtaignes. Pour décider combien de kilos acheter, elle compare la satisfaction ou l'utilité qu'elle retire du dernier kilo acheté (utilité marginale) avec le prix de vente. Tant que l'utilité marginale est inférieure (supérieure) au prix, Jeanne a intérêt à acheter plus (moins) de kilos de châtaignes. Quand l'utilité marginale est égale au prix, elle n'a plus intérêt à acheter des châtaignes supplémentaires. Ainsi, quand le prix au kilo est de 6 euros, Jeanne doit acheter 3 kilos de châtaignes car le 3<sup>e</sup> kilo lui procure une utilité égale à 6 (point B sur le graphique). Comme l'utilité marginale diminue quand les quantités demandées augmentent, un prix faible incite à consommer plus. La demande est une fonction décroissante du prix.

M. Sarzier, Magnard, 2014.

La demande de châtaignes de Jeanne

Prix du kilo de châtaignes (euros)



*Question 1) Pourquoi Jeanne demande-t-elle 5 kilos de châtaignes pour un prix de 4 euros ?*

Jeanne est une consommatrice rationnelle qui cherche à maximiser sa satisfaction (son utilité). Elle y parvient en comparant l'avantage marginal qu'elle retire d'une unité consommée avec son coût marginal (le prix). Lorsque le prix des châtaignes est de 4 euros, elle va acheter des châtaignes tant que l'avantage marginal qu'elle retire d'un kilo de châtaignes est supérieur ou égal au prix qu'elle paye pour chaque kilo, à savoir 4 euros. Ainsi, chaque kilo de châtaignes qui sera acheté jusqu'à la 5e unité fera augmenter la satisfaction totale de Jeanne.

## Question 2) Pourquoi l'utilité marginale est-elle décroissante ?

Les économistes considèrent que l'utilité marginale est décroissante : la consommation d'une unité supplémentaire d'un bien ou d'un service procure une utilité de plus en plus faible. Autrement dit, à mesure que la consommation d'un bien ou d'un service augmente, l'utilité totale augmente de moins en moins vite jusqu'à un maximum : le point de satiété. En effet, plus un individu consomme une quantité importante d'un bien et plus il se rapproche de son point de satiété, le point où une unité supplémentaire n'augmente plus, voire même fait décroître la satisfaction totale. C'est ce qui explique par exemple pourquoi les restaurants à volonté ne font pas faillite. On pourra prendre cet autre exemple que mobilise P. Krugman dans son ouvrage *Microéconomie* (Pearson, 2009) : « Pour quelqu'un qui n'a jamais l'occasion de manger des bananes, en goûter une peut être une expérience merveilleuse (comme c'était le cas en Europe de l'Est avant la chute du communisme quand il était très difficile de trouver des bananes). Pour quelqu'un qui en mange tout le temps, une banane est juste une banane. »

*Question 3) Quelle en est l'incidence sur la relation entre la demande et le prix ?*

Un consommateur maximise sa satisfaction en consommant une quantité qui égalise le coût marginal (le prix) et l'utilité marginale. Puisque l'utilité marginale est décroissante, plus le prix sera faible, plus la quantité qui pourra être consommée (parce qu'elle génère de la satisfaction supplémentaire) sera importante. La demande est donc une fonction décroissante du prix.