

CHAPITRE 1

Le marché

« *Les marchés font la loi au gouvernement* »,
Étienne Bonnot de Condillac (1715-1780)

QCM d'entrée

réponses p. 201

1. Quand la Bourse de Bruges a-t-elle été créée ?

- a. 1389
- b. 1409
- c. 1429

2. Quel est l'élément essentiel permettant l'ajustement de l'offre à la demande sur un marché ?

- a. la quantité
- b. le prix
- c. le nombre d'acheteur

3. Qui a développé en premier le modèle de concurrence parfaite ?

- a. Léon Walras
- b. Gérard Debreu
- c. K. Arrow

4. Dans quel cadre la théorie économique considère-t-elle que le marché assure une allocation optimale des ressources ?

- a. cadre du monopole d'État
- b. cadre de la concurrence monopolistique
- c. cadre de la concurrence parfaite

5. Qu'affirme la loi de Say ?

- a. l'offre crée sa propre demande
- b. la demande crée l'offre
- c. la demande n'est jamais égale à l'offre

6. Lequel de ces économistes considère que l'État doit intervenir dans l'économie ?

- a. M. Friedman
- b. F. Hayek
- c. J.-M. Keynes

7. Comment appelle-t-on le fait que l'activité de production ou de consommation d'un agent affecte le bien-être d'un autre, sans qu'aucun des deux ne reçoive ou ne paye une compensation pour cet effet ?

- a. une externalité
- b. un effet pernicieux
- c. une défaillance

8. À quel économiste doit-on la notion de main invisible qui guide le marché vers l'optimalité ?

- a. Karl Marx
- b. J.-M. Keynes
- c. Adam Smith

Le célèbre historien Fernand Braudel (1902-1985) a montré que les Bourses de commerce ont vu le jour, dès le XIV^e siècle, dans les cités italiennes où le commerce est permanent. C'est d'ailleurs la création, en 1409, de la Bourse de Bruges qui marqua le véritable tournant dans le développement des activités commerciales et financières.

Qu'est-ce qu'un marché ?

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 valeurs, 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 là que d'une extension d'un concept initial assez flou au demeurant, au point que l'économiste Jacques Sapir écrivait dans un livre (*La Fin de l'eurolibéralisme*, Le Seuil, 2006) que l'économie de marché « *n'appartient pas à la tradition économique, mais bel et bien au vocabulaire politique [...] le terme d'économie de marché ne renvoie donc à rien de précis sur le plan scientifique* ». Quoi qu'il en soit, on peut définir un marché ainsi :

Marché : 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 bien 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... Quoi qu'il en soit, les principaux marchés sont ceux des biens et services, du travail, et des capitaux :

Figure 1 : les principaux types de marché

	Marché des biens et services	Marché du travail	Marché des capitaux
Types d'échanges	Biens et services en échange de monnaie	Force de travail en échange d'un salaire	Fonds prêtables en échange de titres (actions, obligations...)
Origine de l'offre	Entreprises	Demandeurs d'emploi	Épargnants
Origine de la demande	Ménages, entreprises, État	Employeurs	Agents en déficit de ressources financières

Notons que dans les conditions courantes d'échanges sur un marché, les quantités demandées augmentent normalement lorsque le prix baisse et réciproquement. On dira donc que la demande est en général une fonction décroissante du prix, tandis que l'offre est en général une fonction croissante du prix.

Le marché étant, par définition, le lieu de rencontre de l'offre et de la demande, l'équilibre sur ce marché sera atteint lorsque l'offre sera égale à la demande. Le prix correspondant à cet équilibre sera ainsi qualifié de *prix d'équilibre* et la quantité correspondante de *quantité*

d'équilibre. En théorie, les échanges ne peuvent donc avoir lieu qu'à l'équilibre, c'est-à-dire une fois que le prix d'équilibre a été fixé par confrontation de l'offre et de la demande.

La théorie néoclassique considère que sous, certaines conditions, le marché assure une allocation efficace des ressources et conduit spontanément l'économie à une situation d'équilibre stable. Ces conditions, très restrictives et qui sont celles d'une concurrence pure et parfaite, sont les suivantes :

- *atomicité* : il doit exister un grand nombre d'offreurs et de demandeurs de petite taille de sorte qu'aucun ne puisse exercer une influence notable sur le marché ;
- *homogénéité du produit* : les produits doivent avoir des caractéristiques identiques et ne sont pas différenciés ;
- *fluidité du marché* : les nouveaux concurrents peuvent entrer et sortir librement du marché sans supporter de coûts trop élevés. De plus, ils doivent pouvoir, à tout instant et sans contrainte, formuler une offre et une demande ;
- *transparence* : acheteurs et vendeurs sont parfaitement informés à tout moment de l'état de l'offre et de la demande ainsi que des conditions de prix ;
- *mobilité des facteurs de production* : ils doivent pouvoir, à tout moment, se déplacer d'un marché à l'autre.

Souvent, les trois premières conditions sont appelées conditions de pureté de la concurrence et les deux dernières conditions de la perfection de la concurrence. Néanmoins, certains économistes, comme Bernard Guerrien, contestent cette notion de concurrence pure et parfaite et lui préfèrent la notion de concurrence parfaite.

Quoi qu'il en soit, les conditions présentées ci-dessus ne sont que très rarement satisfaites. Voyons quelques contre-exemples :

- *atomicité* : le quasi-monopole de Microsoft sur les systèmes d'exploitation suffit à rappeler le pouvoir de marché d'une multinationale...
- *homogénéité du produit* : la standardisation est loin d'être le cas pour de nombreux produits domestiques, précisément parce que les services marketing cherchent à les différencier, ne serait-ce que par l'emballage.
- *fluidité du marché* : le coût des licences de téléphonie mobile 4G était suffisamment prohibitif pour empêcher la venue de nombreux concurrents sur ce marché.

- *transparence* : l'Autorité de la concurrence en France a multiplié les amendes ces dernières années pour entente sur les prix, par exemple dans le secteur de la volaille, du yaourt, et de l'hygiène.
- *mobilité des facteurs de production* : lorsque certaines usines ferment, comme dans le cas très médiatique d'Arcelor-Mittal en Moselle, il est bien difficile de recycler les machines sur d'autres marchés.

■ **Remarque** : Le modèle de la concurrence parfaite, présenté par l'école néoclassique et en particulier par Walras, a été reformulé dans les années 1950 par Kenneth Arrow (1921-) et Gérard Debreu (1921-2004). C'est pourquoi, on parle aujourd'hui souvent du modèle Arrow-Debreu.

La formation du prix sur un marché

Si le marché fonctionne parfaitement, un excès de l'offre sur la demande conduira les vendeurs à baisser leur prix. A contrario, un excès de la demande sur l'offre conduira à une hausse des prix. Dans les deux cas, la variation du prix se poursuit jusqu'à correction complète du déséquilibre entre offre et demande, c'est-à-dire jusqu'à aboutir à un nouveau prix d'équilibre.

■ Ce processus d'ajustement primaire s'appelle la « **loi de l'offre et de la demande** »

De plus, selon la loi de Jean-Baptiste Say (1767-1832) qui fonde l'économie de l'offre, il ne peut y avoir de déséquilibres durables sur les marchés, car toute la valeur de la production est distribuée sous forme de revenus assurant donc une demande globale solvable suffisante pour répondre à la production totale ; l'offre crée donc sa propre demande et la loi de Say s'appelle par conséquent également loi des débouchés. On en déduit ainsi qu'il ne peut y avoir de surproduction, mais seulement des déséquilibres passagers, des ajustements qui seront corrigés par le jeu naturel des prix.

Un exemple concret : la fixation du prix sur le marché des déjeuners au fast-food

Comme pour tout marché, celui des déjeuners au fast-food est composé d'une demande (issue des affamés qui veulent acheter un repas) et une offre (issue des fast-foods). Bien entendu, les demandeurs ne sont pas tous prêts à payer la même chose pour un tel déjeuner. Ainsi on a cherché à connaître par une enquête, pour chaque niveau de prix, le nombre de personnes disposées à payer pour un déjeuner dans un fast-food. Les résultats sont consignés dans le tableau suivant :

Prix	Demande	Offre
10 €	1 500 000	250 000
15 €	750 000	750 000
20 €	200 000	1 800 000

La colonne offre correspond au nombre de déjeuners que les fast-foods sont prêts à préparer pour un prix donné du repas. En effet, tous les fast-foods n'ont pas les mêmes structures de coûts et certains ne pourront pas réaliser de bénéfice si le prix du repas est trop bas ; ils préféreront donc préparer moins de repas pour un prix faible. On suppose, en outre, que les déjeuners proposés dans l'ensemble des fast-foods de France sont identiques à tous points de vue.

Si l'on considère, par simplification, que le marché des repas au fast-food est en concurrence pure et parfaite, alors par définition, l'équilibre sur ce marché sera atteint au point d'intersection de la courbe de demande et de la courbe d'offre, c'est-à-dire au prix où l'offre sera égale à la demande. D'après le tableau, pour un prix de 15 €, demande = offre = 750 000 ; le prix d'équilibre sur ce marché est par conséquent de 15 €.

Proposer un prix supérieur au prix du marché condamne le fast-food à n'avoir aucun client. A contrario, si le gérant du fast-food est rationnel, il n'aura aucun intérêt à vendre sous le prix du marché puisqu'il s'agit pour lui d'un manque à gagner. Dans ce modèle néoclassique, les agents – consommateurs et producteurs – sont alors considérés comme « preneurs de prix » (*Price taker* en anglais), puisque ceux-ci leur sont donnés. Tout se passerait donc comme s'il existait un commissaire-priseur central qui entend les offres et les demandes, pour ensuite fixer le prix du marché.

Il doit donc exister un marché pour chaque type de bien et de services, afin d'en fixer le prix d'échange. Du moins c'est ce qu'affirme la théorie néoclassique, car en pratique un tel lieu de centralisation des offres et des demandes par un commissaire-priseur chargé de trouver par tâtonnement le prix d'équilibre d'un produit, est plus l'exception que la règle. La Bourse est à peu près le seul marché qui réponde peu ou prou à l'idée que s'en faisait Walras, le père de la théorie de l'équilibre général. Ce qui revient à dire que la plupart des biens et services ne s'échangent pas à un prix d'équilibre, tout simplement parce qu'il n'existe pas de marché capable de fournir en temps réel un tel prix d'équilibre ou une cotation ! Dans ce cas, les prix se fixent d'une manière qui semble évidente à n'importe quel grossiste :

- les producteurs fixent un prix de gros en fonction de leurs contraintes de production ;
- ils ajoutent une marge qui servira à rémunérer leurs salariés et à obtenir un profit ;
- les grossistes, et plus généralement tous les intermédiaires, ajoutent à leur tour une marge sur le prix qu'ils ont obtenu pour le bien ;
- l'État taxe alors les biens et services au moyen de la TVA notamment.

Une fois passée par toutes ces étapes, on obtient le prix du produit à la vente, toutes taxes comprises. Et c'est à ce prix-là qu'il sera vendu au détail dans les hypermarchés. Il n'y a donc éventuellement que la matière première qui fasse l'objet d'une véritable cotation sur un marché. À tous les autres stades, le prix est pour ainsi dire administré par les intermédiaires et en particulier la surface finale de vente. Tout au plus peut-on constater que le prix d'un bien augmente lorsqu'il est rare ou à certaines périodes de l'année lorsqu'il sera beaucoup acheté.

Valeur d'usage et valeur d'échange

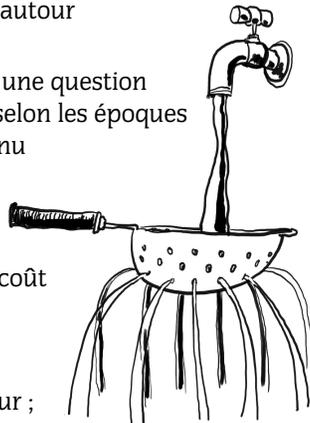
Les économistes du courant classique, comme Adam Smith (1723-1790) ou David Ricardo (1772-1823), distinguent la valeur d'usage de la valeur d'échange (ou valeur marchande) :

- *la valeur d'usage* d'un bien est liée à la satisfaction subjective qu'elle procure à celui qui s'en sert. Ainsi, la valeur d'usage de l'eau est très grande, notamment pour une personne assoiffée.
- *la valeur d'échange*, quant à elle, exprime le taux auquel une marchandise s'échange contre une autre marchandise. Il faut remarquer que la valeur d'échange ne peut exister que s'il existe des valeurs d'usage différentes ; en effet, dans le cas contraire, si les individus ont les mêmes préférences, et partant un système de valeurs d'usage identiques, il ne peut y avoir d'échange. C'est du reste la valeur d'échange qui détermine le prix naturel d'un bien, c'est-à-dire le prix qui permet de payer le revenu des facteurs utilisés pour produire ce bien.

Il ne faut pas confondre le prix naturel avec le prix de marché, ce dernier étant, comme nous l'avons vu, déterminé par la confrontation de l'offre et de la demande. Néanmoins, les deux notions ne sont pas totalement étrangères l'une à l'autre, puisque le prix de marché fluctue normalement autour du prix naturel.

Connaître la valeur d'un bien est une question fondamentale en économie qui, selon les époques et les courants de pensée, a obtenu des réponses très différentes :

- pour les classiques, de même que pour le courant marxiste, la valeur d'un bien dépend du coût des facteurs nécessaires à sa production, essentiellement le travail. Il s'agit donc d'une conception objective de la valeur ;
- pour les néoclassiques, la valeur d'un bien résulte de son utilité et de sa rareté. Il s'agit donc d'une conception subjective de la valeur.



Exercice : calculez l'utilité marginale de l'eau pour une passoire.