

# Séquence 1.

## L'activité économique

Après avoir décrit l'objet de l'économie, nous verrons que celle-ci vise à répondre à nos besoins.

### 1.1. L'objet de l'économie

- **Que veut dire le terme « économie » ?**

Le terme économie vient de deux mots grecs : *oikos* = maison et *nomos* = règles.

L'économie c'est **l'administration de la maison**.

En découle le terme « **économiser** ».

- Que signifie économiser dans une maison ? : moins consommer d'électricité, d'eau... avant on économisait le pain !!
- dans une entreprise : moins consommer de matières premières, fournitures de bureau...
- dans un pays : réduire les frais de fonctionnement des administrations, les salaires des fonctionnaires...

- **Pourquoi économise-t-on ?**

Parce que les ressources, **les biens** qui servent à satisfaire nos besoins (donc qui sont **utiles**) **sont souvent rares** (ceux que l'on a cités comme l'électricité, le pétrole...) ou **mal adaptés à nos besoins** (cf. texte 1 de J. Fourastié) : le pain ne pousse pas sur les arbres, il faut planter du blé, moudre les grains pour faire de la farine, la pétrir, la faire lever, la cuire...

- **Tous les biens utiles sont-ils rares ?**

En majorité les biens utiles (aptes à satisfaire nos besoins) sont rares : c'est le cas des minerais, des matières premières, des plantes, des fruits : on les appelle des **biens économiques**.

Quels sont les biens qui ne sont pas rares ? L'eau de la mer, le sable du désert, la terre de mon jardin, l'air que je respire sont des biens que l'on trouve en relative abondance : ce sont des **biens libres**...

Remarque : certains biens libres deviennent rares aujourd'hui, comme l'eau du fait de la pollution, l'air dans certaines villes. De même certaines ressources naturelles comme le pétrole s'épuisent de plus en plus...

- **L'objet de l'économie**

- L'économie s'intéresse aux **biens économiques, aux biens rares et utiles** (elle ne se préoccupe pas des biens libres).
- L'économie étudie **la façon dont les hommes utilisent leurs ressources rares pour satisfaire leurs besoins**.
- L'économie apparaît comme **la lutte contre la rareté** (François Perroux<sup>1</sup>).

## 1.2. L'économie comme réponse à nos besoins

- **Qu'est-ce qu'un besoin ? Quelles sont les caractéristiques de nos besoins ?**

Qu'est-ce que je ressens quand j'éprouve un **besoin** ? (quand j'ai soif...)  
quand je l'ai satisfait ?

Un besoin est un **manque** (physique ou psychologique) que l'individu ressent.

- **Les caractéristiques de nos besoins**

Ils sont :

- **Illimités en nombre** : manger, dormir... (besoins vitaux), se distraire, se cultiver... (besoins de civilisation).
- **Limités en intensité** : l'intensité d'un besoin diminue au fur et à mesure de sa satisfaction jusqu'à atteindre la satiété (plus je bois, moins j'ai soif). Autrement dit, plus j'atteins la satiété moins le bien m'est utile : on parle d'Utilité marginale<sup>2</sup> décroissante du bien. Autrement dit, la dernière unité consommée procure de moins en moins de satisfaction.
- **Hiérarchisés** : ils apparaissent dans un certain ordre. Maslow<sup>3</sup> a théorisé dans une pyramide l'ordre d'apparition des besoins. Pour Maslow, le besoin de sécurité apparaît après les besoins physiologiques (voir encadré 1).

- **Quelle est la différence entre un besoin et un désir ?**

Quand un produit est associé au besoin, le **désir** apparaît. Par exemple, j'ai faim, je passe devant un fast-food, j'ai envie d'un hamburger.

Il se trouve que la multiplication des produits accroît le désir : désir d'un nouveau smart phone, d'une nouvelle paire de baskets... Le marketing<sup>4</sup>

---

1. Économiste lyonnais (1903-1987).

2. Satisfaction apportée par la dernière unité de bien consommée.

3. Psychologue américain 1908-1970.

4. C'est le marketing qui transforme nos besoins en désir. Quand on rentre dans un fast-food on ne répond pas au seul besoin de se nourrir. On achète aussi de la convivialité, du

et la publicité jouent un rôle important en suscitant l'envie et le désir du consommateur. La plupart du temps, le produit est médiatisé par un sportif, un leader d'opinion que le public va avoir envie d'imiter. Le philosophe René Girard<sup>1</sup> parle de désir mimétique : l'homme cherche constamment à imiter l'autre en désirant ce qu'il possède.

- **Que faire pour satisfaire nos besoins (et surtout nos désirs) alors que nos moyens sont limités ?**

Pour les économistes néo-classiques (libéraux) l'individu doit définir des priorités, **faire des choix** (Est-ce que je vais aller au restaurant ou plutôt au cinéma ?). L'économiste néo-classique allemand W. Röpke (1899-1966) résume ce dilemme par l'expression « faire sa valise » (voir encadré 2). Nos besoins étant illimités et nos possibilités limitées, il est **nécessaire de faire des choix**. Faire de l'économie n'est rien d'autre que le choix incessant entre différentes possibilités. Pour W. Röpke, l'économie n'est au fond que la **science de l'alternatif**.

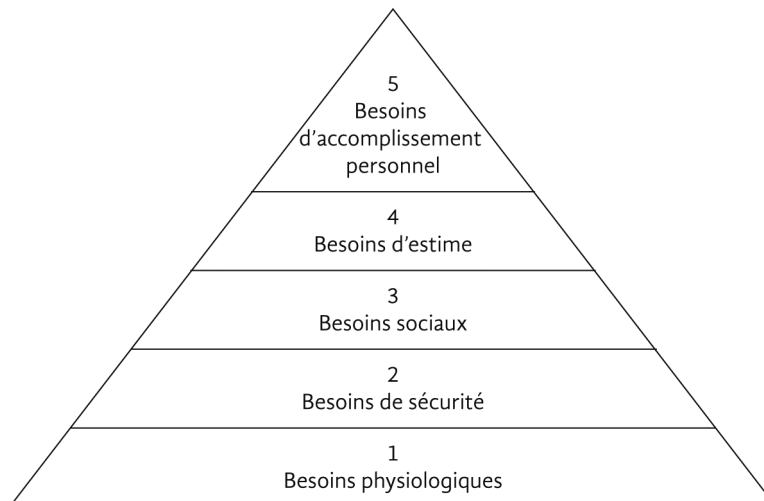
Cette conception de l'homme, censé faire des choix rationnels est critiquée par de nombreux auteurs. Ainsi Herbert Simon (1916-2001) soutient l'idée que la rationalité de l'homme est limitée : il ne dispose pas de toutes les informations pour arbitrer entre ses choix. De même pour le courant récent de l'économie comportementale, nos choix sont surtout gouvernés par nos émotions. Ce courant s'appuie sur le comportement réel des consommateurs plutôt que de sur leur supposée rationalité. Dan Ariely<sup>2</sup> prend l'exemple des gens obèses qui souhaiteraient manger moins mais se laissent toujours tenter par de la nourriture. Ils n'arrivent pas à faire des choix rationnels et se laissent dominer par leurs émotions.

---

loisir, de la modernité... À côté de l'aspect matériel, le produit contient de l'immatériel qui nous est vanté par la publicité.

1. René Girard fait une analyse anthropologique du désir dans *La violence et le sacré*, 1972, Grasset.
2. Dan Ariely (né en 1967) est professeur d'économie et de psychologie. Cet exemple est tiré de : Les grands dossiers des *Sciences humaines*, n° 22, 2011.

## Encadré 1 : La pyramide de MASLOW<sup>1</sup>



Abraham H. Maslow (psychologue 1908-1970) schématise les différents besoins selon la forme d'une pyramide.

Pour l'auteur :

- les besoins sont hiérarchisés : la base de la pyramide est constituée par les besoins matériels primaires. Plus on monte dans la pyramide plus les besoins sont superflus : besoins physiologiques (manger, dormir...), sécurité, appartenance (à un groupe), estime (être reconnu pour ses compétences) et accomplissement (s'épanouir dans son travail).
- les besoins supérieurs ne peuvent être satisfaits que si les besoins inférieurs le sont.

Limites de cette théorie :

- difficulté de hiérarchiser les besoins : un ordinateur peut répondre à un besoin d'appartenance (à un groupe) ou d'accomplissement (développer ses compétences).
- la hiérarchie des besoins de Maslow n'est pas universelle : elle peut varier selon les individus. Par exemple Lévi-Strauss (philosophe français 1908-2009) a montré que dans certaines tribus les bijoux, parures pour affirmer le statut passaient avant la nourriture.

---

1. Maslow A. (1908-1970), psychologue de formation, a publié *Motivation and Personality* (1987).

## Encadré 2 : L'économie ou l'art de faire sa valise

La famille Martin se prépare à partir en vacances à la mer. L'agitation bat son plein dans la maison. Le petit dernier, Romain a étalé sur son lit ce qu'il a l'intention d'emmener avec lui.

« Romain dépêche-toi de remplir ta valise, lui dit son père, j'attends pour remplir le coffre de la voiture »

Romain est bien désemparé, il vient de mettre une pile de T-shirt, des shorts, des pantalons, son pyjama, des livres et la valise est déjà presque pleine. Il regarde son père en levant les bras au ciel...

« Je n'ai plus de place dans ma valise... »

Tu vois lui dit son père ça me rappelle mes premiers cours d'économie. Mon prof de l'époque nous disait que faire de l'économie c'est comme faire sa valise.

Montre-moi un peu ce que tu as mis dans ta valise.

« Ben j'ai mis des habits, des livres... »

Crois-tu que tu as besoin de vingt T-Shirt, de cinq pantalons pour une semaine... sans compter tous ces livres...

« Non c'est vrai... mais comment faire ? »

Il faut que tu choisisses ce qui te sera le plus utile pendant ce séjour à la mer.

« Ben déjà mon maillot de bain dit-il en le prenant... »

Oui le maillot de bain a plus d'utilité pour toi que ce pantalon d'hiver... Si tu réfléchis bien tu as remplacé un objet inutile, le pantalon, par un objet utile, le maillot de bain...

« Sinon j'aurais pu prendre une plus grosse valise dit Romain ! »

Valise qui ne serait pas rentrée dans mon coffre lui répond son père. Tu sais c'est comme en économie... les moyens sont limités et on est obligé de choisir ce qui répond le mieux à nos besoins. L'économie c'est l'art de faire des choix.

Inspiré de W. Röpke, *Explication économique du monde moderne*,  
Paris, Librairie de Médicis, 1940

## Encadré 3 : Typologies des biens économiques

### Critère de la nature physique :

- **Biens matériels** : ils sont tangibles. Exemple : une table, une chaise
- **Biens immatériels ou services** : intangibles. Exemple : une coupe de cheveux, une assurance

### Critère de la destination :

- **Biens de consommation** : biens acquis pour satisfaire un besoin final. Exemple : une voiture, un journal
- **Biens de production** : biens qui servent à produire d'autres biens. Exemple : une machine

#### **Encadré 4: Comment appréhender les phénomènes économiques ?**

Il existe deux types d'analyse :

- analyse **microéconomique** : comportements d'un individu, d'une entreprise...
- analyse **macroéconomique** : mécanismes qui déterminent les grands équilibres économiques (macro = grand en grec) comme la croissance, l'emploi et le chômage, les phénomènes monétaires...

## Séquence 2.

### Les grands courants de la pensée économique

Les courants dominants de la pensée économique sont apparus au moment de la révolution industrielle en Europe (fin XVIII<sup>e</sup> s.). Ils continuent d'alimenter les débats politiques aujourd'hui. Ils ont été précédés par deux courants précurseurs : les mercantilistes et les physiocrates.

#### 2.1. Les précurseurs

##### 2.1.1. LE MERCANTILISTE

La période de colonisation s'étend du XVI<sup>e</sup> au XVIII<sup>e</sup>. À cette époque la pensée économique est dominée par le mercantilisme (Antoine de Montchrétien<sup>1</sup>, 1575-1621). Le commerçant est l'acteur principal de l'économie. Les biens sont produits pour être consommés et la consommation passe par la vente. Cependant pour Montchrétien, c'est surtout le commerce extérieur (« le commerce de dehors ») qui est important. En effet, le commerce extérieur permet, si l'on vend plus que l'on achète, d'obtenir plus d'or. On sait qu'à l'époque la richesse d'un pays se mesurait à son stock d'or. Pour s'enrichir, il fallait donc exporter le plus possible en dehors et faire du *protectionnisme* (fermer les frontières).

##### 2.1.2. LES PHYSIOCRATES

À partir du XVIII<sup>e</sup> apparaît le courant des physiocrates (F. Quesnay, 1694-1774). Pour ces auteurs, la richesse ne dépend pas du commerce mais de la terre. Seule la terre donne plus qu'elle ne « reçoit ». La société est divisée en trois classes : la *classe productive* (les agriculteurs), la classe des *propriétaires* et la *classe stérile* (artisans, commerçants...). Seule la classe productive crée des richesses. Quesnay a jeté les bases du *libéralisme* avec son slogan « laissez faire, laissez passer ». Autrement dit laissez faire les hommes (liberté d'entreprendre) et laissez passer les marchandises (pas d'obstacles au commerce). Il est pour la liberté, contre l'intervention de l'État et contre les impôts.

---

1. C'est à A. de Montchrétien que l'on doit l'expression « économie politique » qui était dans le titre de son unique livre : *Traité de l'économie politique*.

### 2.1.3. LES CLASSIQUES

- **Les principes de l'école classique**

Ce courant apparaît au moment de la révolution industrielle. Il repose sur 3 idées principales :

- *l'individualisme* : la satisfaction des intérêts de chacun conduit à l'intérêt général<sup>1</sup>.
- *le libéralisme* : l'État ne doit pas intervenir car le marché est un très bon régulateur.
- *la valeur* d'un bien repose sur la quantité de travail contenue dans ce bien (valeur objective).

- **Les auteurs classiques**

**Adam Smith** (1723-1790) est à l'origine du principe de la *main invisible*. Chaque individu exerçant une activité (boulangier, boucher...) recherche d'abord et avant tout son propre intérêt. En agissant ainsi de façon égoïste il contribue à satisfaire l'intérêt général : il répond aux besoins des autres individus. Tout se passe comme s'il était guidé à son insu par une « main invisible » qui le pousse à agir pour lui et indirectement pour la société.

**J.-B. Say** (1767-1832), énonce sa *loi des débouchés* : Toute offre crée sa propre demande<sup>2</sup>. Il explique que dès qu'un produit est réalisé, par exemple un boulanger fabrique un pain, il s'empresse de le vendre. Avec l'argent récolté il va à son tour acheter au boucher, au primeur... Au niveau global, la demande ne peut donc pas être inférieure à l'offre. Tous les revenus sont dépensés pour acheter les produits fabriqués. Il ne peut donc pas y avoir de crise de surproduction et l'offre globale est toujours égale à la demande globale. Cela suppose que les prix s'ajustent librement par la loi de l'offre et de la demande (autorégulation par le marché).

La monnaie n'a pas d'incidence sur l'économie : « La monnaie n'est qu'une voile », elle ne sert que pour échanger les biens. Notons que Say ne prend pas en compte la thésaurisation (argent gardé par les individus) qui aboutit à une demande inférieure à l'offre.

**David Ricardo** (1772-1823) est favorable au libre-échange entre les pays. Il faut produire ce que l'on sait le mieux faire et acheter le reste aux autres pays. Chaque pays a intérêt à se spécialiser dans l'activité où sa productivité est la plus forte (théorie des *avantages comparatifs*). Par exemple si le Portugal est avantageux pour la fabrication du vin, il a intérêt à se spécialiser

---

1. Cette hypothèse selon laquelle chaque individu est parfaitement rationnel est appelée « individualisme méthodologique ». Elle s'oppose au « holisme » qui explique les comportements par le groupe ou la société.

2. « Un produit terminé offre, dès cet instant, un débouché à d'autres produits pour tout le montant de sa valeur », *Traité d'Économie politique*, Jean-Baptiste Say, 1803.