



Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?

Quelles sont les principales défaillances du marché ?

Comment les agents économiques se financent-ils ?

Qu'est-ce que la monnaie et comment est-elle créée ?

1

Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

PARTIE 1

Objectifs d'apprentissage

- Découvrir que le marché est une institution.
- Distinguer les marchés selon leur degré de concurrence (de la concurrence parfaite au monopole).

1. La diversité des marchés

Le **marché** est défini par les économistes comme un lieu, réel ou fictif, de rencontre entre une offre (les vendeurs) et une demande (les acheteurs). C'est cette rencontre de l'offre et de la demande qui va permettre de fixer les prix des biens et services échangés. On parle d'économies de marché pour qualifier le fonctionnement de nos économies, car elles sont organisées autour d'échanges marchands.

Les exemples de marchés sont multiples : marché municipal, marché immobilier, marché du travail, bourses, échanges sur internet... Cependant, on regroupe ces marchés au sein de trois catégories : le marché des biens et des services, le marché du capital (aussi appelé marché financier) et le marché du travail.

2. Le marché est une institution

Pour que le fonctionnement du marché soit assuré, il faut que chaque offreur soit propriétaire du bien qu'il veut vendre. En effet, dans une économie de marché, il est inconcevable de pouvoir vendre des biens qui appartiennent à autrui. Pour permettre les échanges marchands, il est donc nécessaire qu'il y ait des **droits de propriété**, c'est-à-dire de permettre la reconnaissance de l'appartenance d'un bien à un agent économique. Ce droit de propriété permet à cet agent économique de détenir et d'utiliser son bien librement mais aussi de le céder s'il le désire ou d'en recevoir un revenu.

Afin de faire respecter les droits de propriété des individus, des **institutions marchandes** ont été créées. Il s'agit d'ensembles de normes juridiques qui ont pour objectif d'énoncer les règles du marché, d'en assurer

le bon fonctionnement et de protéger les droits des agents économiques tout en leur imposant des contraintes à respecter. Ces institutions marchandes précisent donc le cadre juridique dans lequel se déroulent les échanges marchands et sanctionnent négativement le non-respect de la loi.

Des institutions juridiques peuvent par exemple faire respecter le droit à la propriété intellectuelle (droits d'auteur, brevets...), ou faire appliquer les termes d'un contrat entre un employeur et son salarié. De même, certains organismes ont pour objectif de faire respecter certaines normes sanitaires, sociales ou environnementales.

3. Le marché concurrentiel

Pour être concurrentiel et permettre la meilleure **allocation des ressources**, c'est-à-dire la meilleure manière de distribuer les biens et les services entre l'offre et la demande, le marché doit respecter les cinq conditions de la concurrence pure et parfaite. Tout d'abord, il doit respecter l'atomicité, c'est-à-dire qu'aucun agent économique ne doit avoir suffisamment de poids sur le marché pour influencer les prix : on dit que les agents sont **preneurs de prix**, ils agissent en fonction du prix du marché, mais sans pouvoir l'influencer. Le marché doit ensuite être transparent, ce qui signifie que tous les agents économiques ont une information parfaite sur les biens échangés (qualité, caractéristiques...). Pour

être concurrentiel, le marché doit aussi respecter la condition d'homogénéité : les biens en concurrence ont des caractéristiques communes, ce qui signifie que seul le prix peut les différencier (et pas leur qualité par exemple). Il doit aussi permettre la libre entrée sur le marché, c'est-à-dire que les vendeurs ou les acheteurs peuvent entrer ou sortir du marché lorsqu'ils le désirent. Enfin, il doit assurer la mobilité des facteurs de production : le capital et le travail sont mobiles et peuvent se déplacer sur les marchés les plus attractifs. Ces cinq conditions de la concurrence pure et parfaite constituent le modèle théorique idéal d'un marché concurrentiel. Il est cependant difficile à observer dans la réalité.

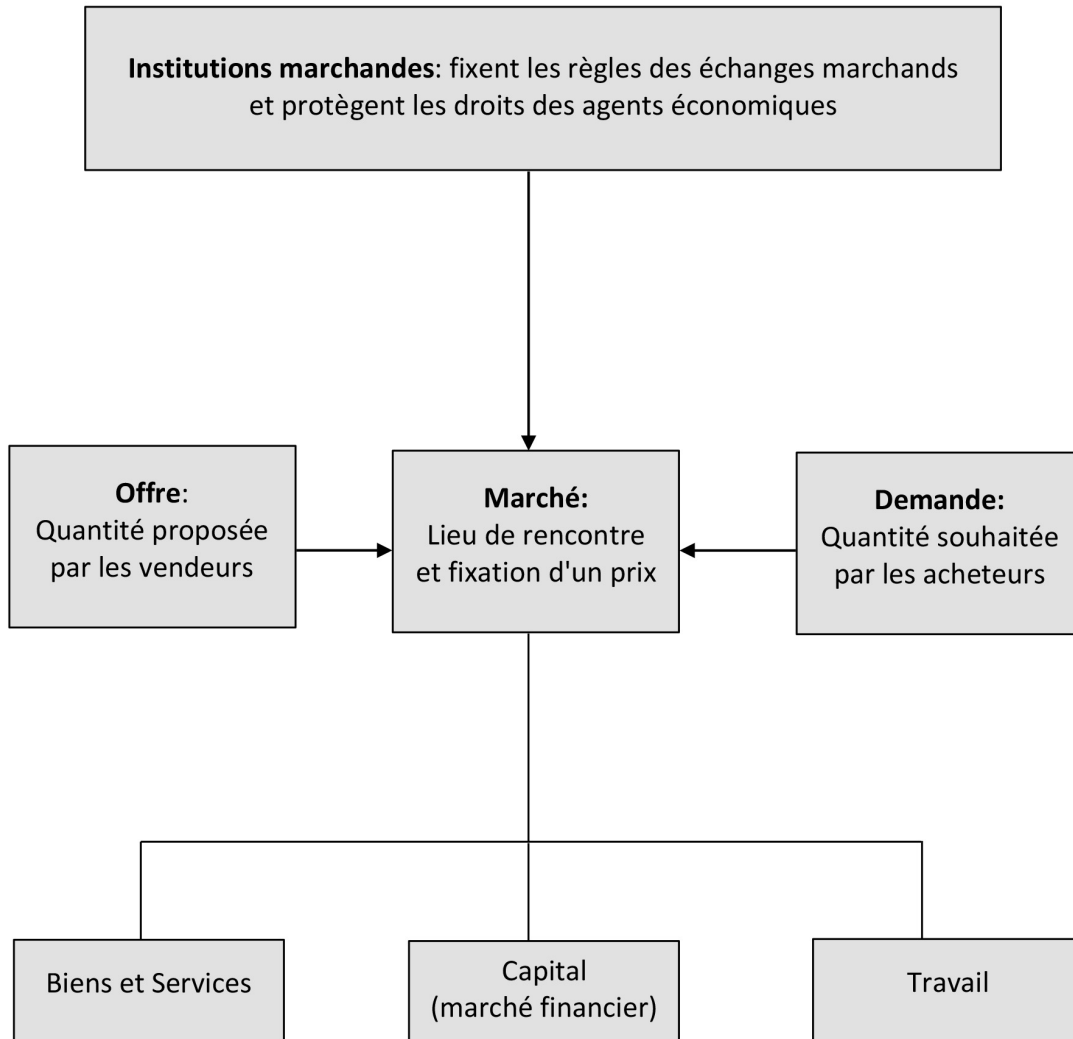
4. La diversité des structures de marché

D'après certains économistes, un marché respectant le modèle de concurrence pure et parfaite assure la meilleure allocation des ressources possible. En effet, il permet en théorie à l'offre et à la demande de s'ajuster en permanence grâce à la fixation d'un prix. Cependant, l'analyse des faits économiques met en évidence la dimension très abstraite du modèle. En effet, le respect des conditions de la concurrence pure et parfaite reste un cas très particulier.

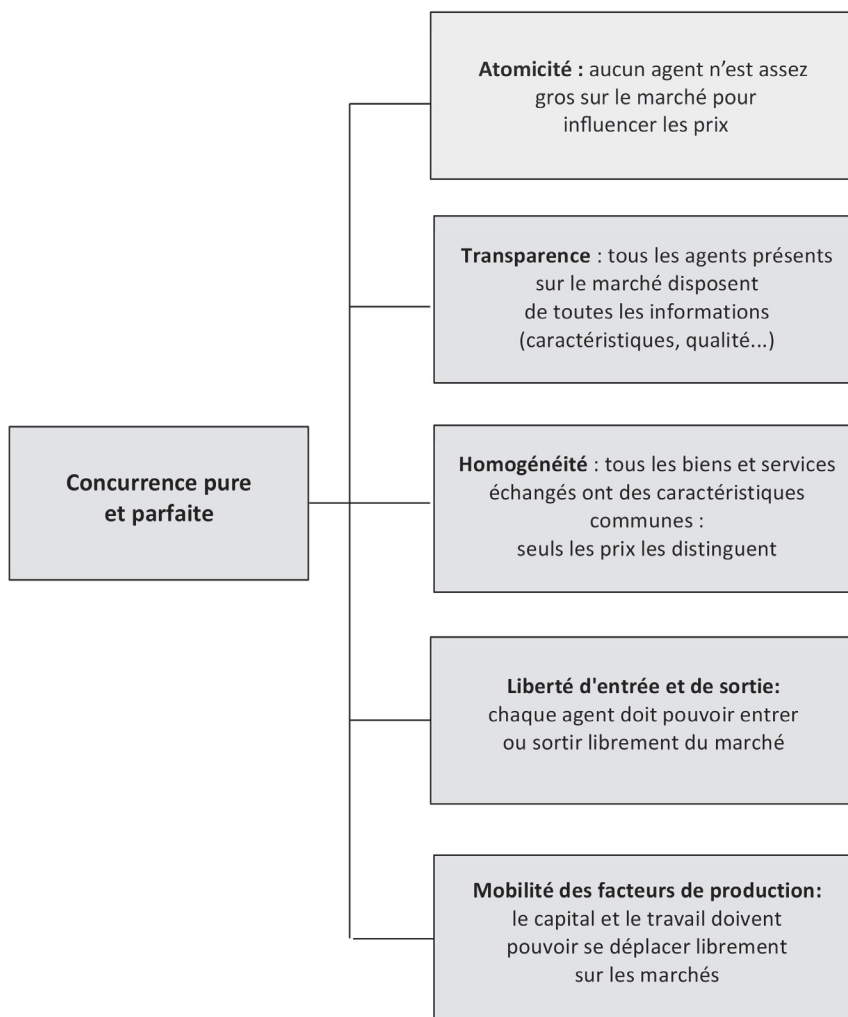
Il existe en réalité plusieurs autres structures de marché, c'est-à-dire de situations où le nombre d'offres ou de demandeurs n'est pas suffisant pour assurer une véritable concurrence. Dans ces situations, la condition d'atomicité n'est pas respectée dans la mesure où les agents économiques peuvent influencer la fixation des prix du fait d'une position dominante. En fonction du nombre d'offres et de demandeurs

sur le marché, on distingue alors de nombreuses structures de marché. Si un unique offreur est présent sur le marché face à un grand nombre de demandeurs, on parle de **monopole**. Un monopole bilatéral est un marché où un seul offreur rencontre un unique demandeur. Un marché où un offreur rencontre quelques demandeurs est qualifié de monopole contrarié. On définit un **oligopole** comme un marché où quelques offreurs font face à une multitude de demandeurs. Un oligopole bilatéral est un marché où quelques offreurs font face à quelques demandeurs. On parle de monopsonie pour qualifier un marché où un demandeur fait face à de multiples offreurs, et de monopsonie contrarié lorsqu'un demandeur rencontre quelques offreurs. Un oligopsonie est un marché structuré autour de quelques demandeurs et d'une multitude d'offres.

Le marché : une institution



Les cinq conditions de la concurrence pure et parfaite



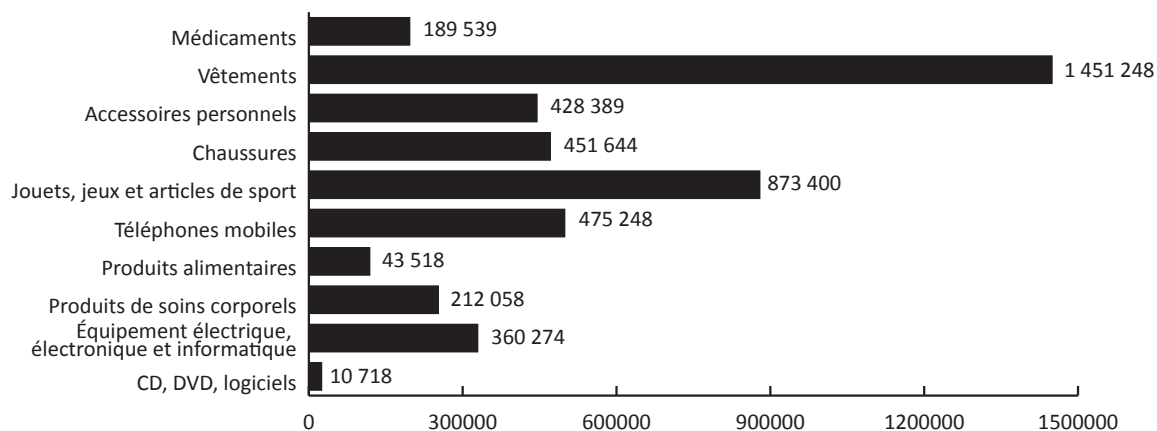
La diversité des structures de marché

Demande/Offre	Un	Quelques-uns	Multitude
Un	Monopole bilatéral	Monopsonne contrarié	Monopsonne
Quelques-uns	Monopole contrarié	Oligopole bilatéral	Oligopsonne
Multitude	Monopole	Oligopole	Concurrence pure et parfaite

Des institutions marchandes sont nécessaires au bon fonctionnement du marché. Ces institutions ont pour objectif de faire respecter les normes en vigueur et les droits de propriété afin d'assurer le bon fonctionnement du marché et de protéger les agents économiques.

Parmi les institutions marchandes, les services de douanes jouent un rôle important. En effet, parmi les nombreuses missions qui leur sont affectées, les douanes doivent s'assurer de la protection des agents économiques et des droits de propriété. La lutte contre la contrefaçon remplit cet objectif dans la mesure où elle contribue à la fois à protéger les producteurs, en tentant d'éviter que des biens ne soient vendus en profitant de leur image, mais aussi les consommateurs en assurant leur sécurité grâce à la lutte contre la marchandisation de biens ne respectant pas certaines normes de sécurité. L'étude de la publication de leurs résultats fournit des informations concernant les principales saisies de produits contrefaits et leurs évolutions.

► Document 1 **Principales saisies de contrefaçons par type de produits en 2016 (en nombre d'articles)**

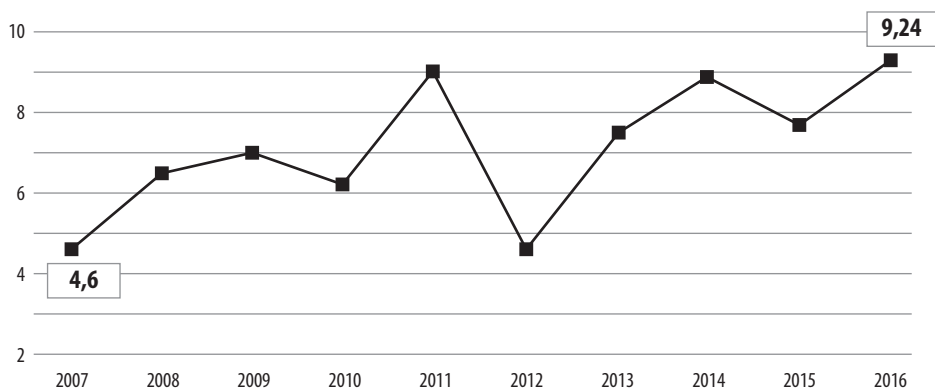


Source : Douane, Résultats 2016

Le diagramme ci-dessus présente les principales saisies de produits contrefaits par les services de douanes françaises pour l'année 2016. Il illustre aussi la nécessité d'institutions marchandes pour assurer le bon fonctionnement du marché. Par exemple, l'analyse des données présentées met en évidence l'importance de la contrefaçon de médicaments. En 2016, en France, les douanes ont saisi 189 539 médicaments contrefaits. Cet exemple met en lumière le rôle des douanes dans le fonctionnement du marché. En effet, la vente de médicaments contrefaits est à la fois une atteinte aux producteurs et aux consommateurs. Tout d'abord, les producteurs subissent un préjudice puisque leur image est utilisée pour vendre des produits sans pour autant qu'ils soient vendus par eux-mêmes, ce qui provoque un manque à gagner dans la mesure où les véritables médicaments qu'ils produisent ne seront pas achetés. De plus, la qualité des médicaments pouvant être très aléatoire, l'entreprise

pourra voir son image ternie par des biens qu'elle n'a pas produits. La santé des consommateurs est aussi en jeu dans la mesure où la qualité des médicaments contrefaits n'a pas été vérifiée comme l'aurait été celle de médicaments vendus par un véritable laboratoire. Leur consommation comporte donc certains risques puisque les produits vendus ne respectent pas les normes en vigueur.

Document 2 **Évolutions des saisies de contrefaçons sur 10 ans (en millions d'articles)**



Source : Douane, Résultats 2016

Ce second graphique présente les évolutions des saisies de produits contrefaits entre 2007 et 2016. Il met en évidence une progression des saisies entre 2007 et 2009, puis une diminution des saisies entre 2009 et 2010 avant une nouvelle augmentation entre 2010 et 2011. Les saisies diminuent ensuite de 2011 à 2012, avant de connaître une nouvelle tendance à l'augmentation jusqu'en 2016, malgré une légère réduction en 2015. D'après les services de douanes, en France, en 2016, 9,24 millions de contrefaçons ont été saisies, contre 4,6 millions en 2007.

L'augmentation des saisies ne signifie pas nécessairement une augmentation des échanges marchands illicites, mais peut aussi s'expliquer par un renforcement des moyens alloués à la lutte contre ceux-ci.

2

Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

PARTIE 2

Objectifs d'apprentissage

- ➔ Savoir interpréter des courbes d'offre et de demande.
- ➔ Comprendre l'équilibre sur un marché de type concurrentiel.
- ➔ Comprendre les notions de gains à l'échange du producteur et du consommateur et savoir que la somme des surplus est maximisée à l'équilibre.

1. Le fonctionnement d'un marché concurrentiel

Pour que l'échange marchand entre offreurs et demandeurs ait lieu, ils vont devoir s'accorder sur un prix qui les satisfasse. Plus le prix du bien ou du service augmente sur le marché, plus les agents économiques souhaitant vendre ce bien vont être nombreux : on dit que l'offre est une fonction croissante du prix car elle évolue dans le même sens. Inversement, plus le prix va être élevé sur le marché, moins la demande va être nombreuse : on dit que la demande est une fonction décroissante du prix, car elle évolue en sens inverse. La confrontation de l'offre, qui souhaite vendre au prix le plus élevé possible, et de la demande, qui souhaite acheter le moins cher possible, peut aboutir à la fixation d'un prix d'équilibre. À ce prix d'équilibre, l'ensemble des offreurs présents sur le marché est prêt à vendre, et l'ensemble de la demande prêt à acheter. Le prix d'équilibre détermine donc la quantité d'équilibre pour laquelle l'offre et la demande sont équivalentes.

Selon la loi de l'offre et de la demande, le marché s'ajuste automatiquement pour aboutir à la fixation d'un prix d'équilibre : on parle d'autorégulation. En effet, si le prix sur le marché est trop élevé, la quantité offerte sera supérieure à la quantité demandée : les vendeurs seront donc en concurrence pour vendre aux acheteurs, et devront donc baisser les prix (ex. : restaurants en bord de mer). Inversement, si le prix est trop bas, la quantité demandée sera supérieure à la quantité offerte : les acheteurs seront donc en concurrence pour acheter, et devront proposer un prix supérieur aux autres pour obtenir le bien (ex. : nombre de places limitées pour un match de football). Sur un marché concurrentiel, les agents économiques sont donc preneurs de prix : ils ne peuvent influencer le prix d'équilibre fixé par la confrontation de l'offre et de la demande.

2. La représentation graphique

Afin d'étudier les variations de l'offre et de la demande sur un marché, ainsi que la fixation du prix et de la quantité d'équilibre, les économistes utilisent souvent des représentations graphiques. Sur un graphique présentant en abscisses les quantités vendues ou

échangées, et en ordonnées les prix, on peut représenter les quantités offertes ou demandées pour chaque prix. On sait que quand le prix augmente, l'offre augmente, car les producteurs pourront augmenter leur profit : on dit que la courbe d'offre