

1

DANS UN MONDE AUX RESSOURCES LIMITÉES, COMMENT FAIRE DES CHOIX ?

► Les besoins

Un besoin est un manque qui doit être comblé pour qu'un individu puisse vivre d'un point de vue à la fois physiologique ou vital et socioculturel. On distingue les besoins fondamentaux ou primaires des besoins sociaux ou secondaires. Le minimum vital doit permettre de satisfaire les besoins fondamentaux. Les besoins secondaires sont liés au contexte de développement économique et technologique de la société dans laquelle vivent les individus. Les besoins sont donc relatifs dans le temps (histoire) et dans l'espace (lieu géographique). Les besoins sont soit individuels, soit sociaux. Ils sont : **illimités**. Si la satiété existe pour la satisfaction en quantité de certains besoins fondamentaux, par exemple pour se nourrir, elle n'existe pas pour satisfaire les besoins secondaires que l'on peut chercher à satisfaire en quantité illimitée. **Objectifs**. Les besoins sont à la fois universels (liés à la nature humaine) et particuliers (liés à des spécificités culturelles, géographiques et sociales). **Subjectifs**. Dans un cadre ou un contexte objectif qui détermine des contraintes, chaque individu peut exprimer des préférences personnelles pour tel ou tel type de produit.

► Les biens

Pour satisfaire leurs besoins, les individus consomment des biens. On distingue : Les **biens libres** des **biens économiques**. Les biens libres n'ont pas de coût. Soit ils sont très utiles et même vitaux mais ils sont abondants sans pratiquement aucune limite (l'air que nous respirons...), soit ils ne sont pas particulièrement abondants mais ils n'intéressent qu'un nombre limité d'individus et il n'est pas nécessaire de les produire en grande quantité (les fleurs des champs...). *Les biens économiques* sont des produits qui ont un coût de production et un prix de vente. Ils peuvent être soit matériels et stockables, soit immatériels (on les nomme alors des services) et non stockables. On distingue également les **biens privés** des **biens collectifs**. Un bien privé est un bien qui est exclusif. Il ne peut être consommé que par un individu à la fois, à l'exclusion de tout autre (un pantalon, une paire de lunettes...). Un bien collectif est indivisible dans sa consommation (une forêt domaniale, un jardin public...) et il possède deux caractéristiques : la non-rivalité qui signifie que la consommation d'un individu ne modifie pas la quantité de ce bien que peuvent consommer d'autres individus ; la non-exclusion qui correspond au fait qu'il est impossible d'écarter un individu de la consommation d'un bien collectif.



► Rareté et utilité marginale

En économie la rareté, c'est tout ce qui est limité en quantité. La rareté est une condition fondamentale de l'activité économique et c'est la base même du travail humain. La rareté doit être radicalement distinguée de l'utilité.

L'utilité c'est l'importance qu'un individu attribue à un bien ou à un service en fonction de la capacité de celui-ci à satisfaire un besoin précis (faim, soif, acquisition de connaissances, etc.).

En économie on ne prend en compte que l'utilité ordinale c'est-à-dire la capacité d'un consommateur de classer par ordre de préférence les différents produits qu'il consomme. Cet ordre de préférence est utilisé pour classer tous les biens sans exception. Il respecte la règle de transitivité, et, si un consommateur préfère A à B et B à C, alors il préfère A à C.

► Contrainte budgétaire

Un consommateur qui agit de façon rationnelle cherche à maximiser sa satisfaction à partir d'un budget limité par ses revenus. Ce budget est une contrainte.

La contrainte budgétaire, c'est la dépense maximale qu'un consommateur ou un producteur peut mettre en œuvre pour satisfaire ses préférences.

► Prix relatifs

Prix relatifs : rapport entre les prix (exprimés en monnaie) de deux biens différents.

Pour un budget donné, le consommateur choisira les biens en fonction des prix relatifs. Le prix relatif, rapport du prix du bien A sur le prix du bien B permet d'exprimer le nombre d'unité que je peux obtenir pour une unité de B et inversement. Exemple : si le rapport prix de A sur prix de B est égal à $50 \text{ €} / 40 \text{ €} = 1,25$, ce résultat nous indique que je peux acheter avec une unité de A 1,25 unité de B et, inversement avec une unité de B je ne peux acheter que 0,8 unité de A.

► Rationalité

Le comportement rationnel du consommateur signifie que dans ses choix de consommation, il cherche à maximiser sa satisfaction en déterminant les coûts et avantages de tel ou tel type de produit. Cette maximisation se fait sous contrainte budgétaire, en fonction de l'utilité et des prix relatifs des produits.



► La subjectivité des goûts

Le goût en tant qu'expression personnelle peut influencer les choix de consommation. Le goût peut s'analyser à partir de deux dimensions, personnelle et collective. D'un point de vue personnel, le goût est l'expression de la relation qui s'établit entre le produit et l'individu. C'est une activité qui fait intervenir à la fois les propriétés des objets et les compétences innées et acquises des individus. D'un point de vue collectif, le goût est un phénomène social qui est largement déterminé par les contextes économiques et sociaux et par les créations artistiques des architectes, musiciens, peintres, sculpteurs, stylistes... Pour les sociologues la dimension collective du goût met en relation de cause à effet les choix de produits et la position sociale de l'individu.

À retenir

Les consommateurs choisissent leurs biens et services de façon à la fois rationnelle et subjective et en fonction de leur budget.

TOP CHRONO

C'est l'interro !



1. Biens et Ressources



Complétez le texte ci-dessous avec les mots suivants : *économiques, illimitées, libres, rares.*

« Quoi », « comment » et « pour qui » produire ne constitueraient pas des problèmes si les ressources étaient Si une quantité infinie de chaque bien pouvait être produite, il n'existerait pas de biens, c'est-à-dire de biens relativement Tous les biens seraient, comme l'air.

D'après Paul Samuelson, *L'Économie* (1948).

2. Les Biens



Complétez le tableau ci-dessous à l'aide d'une croix (deux croix par ligne).

BIENS CONSOMMÉS	BESOINS PRIMAIRES	BESOINS SECONDAIRES	BIENS PRIVÉS	BIENS COLLECTIFS
Manger une pomme				
Voyager en autobus				
S'habiller avec un pull-over				
Visiter une exposition au musée du Louvre				
Assister à un concert au Stade de France				
Consulter un médecin				
Conduire une automobile				
Une raquette de tennis				



3. Vrai / Faux

 5 min

	VRAI	FAUX
Un besoin est un état de manque		
Les besoins ne sont que subjectifs		
Les besoins sont à la fois universels et particuliers		
La rareté est à l'origine de l'activité économique		
La contrainte budgétaire varie selon les revenus		
Le goût n'est qu'un choix personnel		
Tous les choix de consommation ne sont que rationnels		
Les prix relatifs sont un déterminant des choix des consommateurs		
Le budget des consommateurs est une contrainte		
Pour les sociologues le goût des individus est en partie lié à leur position sociale		

4. Les prix relatifs

 10 min

À partir des prix des trois biens suivants calculez les prix relatifs de ces trois biens.

Prix des produits a, b, c : $P_a = 400 \text{ €}$; $P_b = 250 \text{ €}$; $P_c = 320 \text{ €}$

	P_a / P_b	P_b / P_c	P_a / P_c	P_b / P_a	P_c / P_a	P_c / P_b
PRIX RELATIFS						

1. Combien d'unité de P_b on peut acheter avec une unité de P_c ?

.....

2. Combien d'unité de P_a on peut acheter avec une unité de P_c ?

.....



5. La contrainte budgétaire

 15 min

Un consommateur dispose de 500 € pour acheter des biens A et B. Le prix de A est de 15 € l'unité et le prix de B est de 12 € l'unité.

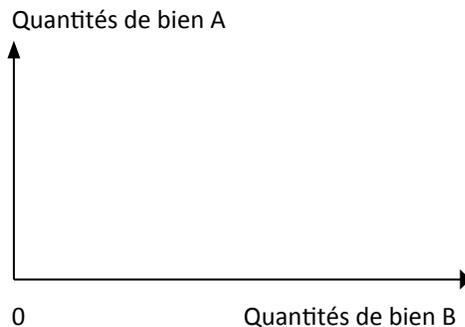
1. Quelles sont les quantités maximales de bien A ou de bien B que ce consommateur peut acheter ?

.....
.....

2. Sur un repère orthonormé, tracez la droite budgétaire (ou contrainte budgétaire) de ce consommateur pour ces deux produits. Cette droite relie la quantité maximale de bien A (en ordonnée) à la quantité maximale de bien B (en abscisse).

3. Si le consommateur veut partager son budget de 500 € de façon égale entre les produits A et B, quelles sont les quantités de A et B qu'il va pouvoir consommer ?

.....
.....



2

PROPORTION ET POURCENTAGES DE RÉPARTITION

Pour comparer des données statistiques, il est nécessaire de calculer soit des proportions, soit des pourcentages de répartition. Les proportions sont des rapports entre une donnée étudiée et la donnée avec laquelle on la compare.

Proportion = donnée étudiée / donnée de référence.

Les pourcentages de répartition correspondent aux différentes parts (ou fractions) qui composent un ensemble, un tout.

► Comment calculer une proportion ?

Une proportion peut être exprimée à partir d'une fraction, par exemple $1/2$ ou $1/5$ ou bien grâce à un pourcentage par exemple 10 %, ou 33 %. Toutes les proportions peuvent s'exprimer soit par une fraction soit par un pourcentage.

Les valeurs exprimées en fraction et celles exprimées en % sont nécessairement équivalentes et $1/2 = 50\%$; $1/3 = 33,3\%$; $1/5 = 20\%$; $2/3 = 66,6\%$; etc.

► Comment calculer des pourcentages de répartition ?

Les pourcentages de répartition se calculent à partir d'un rapport dont le dénominateur reste toujours le même, c'est la valeur du tout (ou le total de l'ensemble des éléments) et dont le numérateur varie, c'est la valeur de la part étudiée (ou sous-ensemble).

Pourcentage de répartition = (valeur de la part étudiée / valeur de l'ensemble) x 100

À retenir

Un pourcentage de répartition est toujours exprimé en % et la somme de toutes les parts, exprimée en pourcentage, est égale à 100 %. Un pourcentage de répartition est donc toujours compris entre 0 et 100 %.

TOP CHRONO

C'est l'interro !



1. Les proportions ou pourcentages



Consommation d'Internet par les ménages

En 2012, **trois personnes sur quatre** résidant en France métropolitaine ont utilisé Internet au cours des trois derniers mois, contre seulement 56 % en 2007. La fracture numérique se réduit entre catégories sociales : Internet touche la quasi-totalité des cadres depuis 2007 et **quatre ouvriers sur cinq** l'utilisent en 2012, contre **un sur deux** cinq ans auparavant. (TEF, 2014).

Transformez les informations en caractère gras en pourcentage.

.....

.....

.....

2. Les pourcentages de répartition



FAMILLES SELON LE NOMBRE D'ENFANTS ÂGÉS DE MOINS DE 18 ANS
(en milliers)

NOMBRE D'ENFANTS PAR FAMILLE	NOMBRE DE FAMILLES (2010)	PART DE CHAQUE TYPE DE FAMILLE
1	3 589,2	...
2	3 040,8	...
3	1 019,6	...
4 et +	294,6	...
Total	7 944,2	100 %

Source : Insee, TEF, 2014.

Complétez le tableau ci-dessus en calculant les parts de chaque type de famille.

.....

.....

.....

.....

.....