

Chapitre 1

***Comment le marché  
concurrentiel  
fonctionne-t-il ?***

## Cours

### Problématique

Comment le marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

### Les mots-clés

- **Marché** : lieu de rencontre entre une offre et une demande qui permet d'aboutir à la formation d'un prix d'équilibre.
- **Demande** : quantité d'un bien ou d'un service que l'ensemble des agents souhaite acheter à un prix donné.
- **Offre** : quantité de biens ou services que les agents désirent vendre sur le marché à un prix donné.
- **Monopole** : situation d'un marché où il existe qu'un seul producteur du bien.
- **Oligopole** : situation d'un marché sur lequel il existe un nombre limité d'offreurs face à un nombre important d'acheteurs.
- **Surplus du producteur** : différence entre le prix auquel le producteur était prêt à vendre son produit et le prix qu'il a obtenu.
- **Surplus du consommateur** : différence entre le prix que le consommateur était prêt à payer pour l'achat d'un bien et celui qu'il a réellement payé.
- **Coût marginal** : supplément de coût provoqué par la production d'une unité supplémentaire.
- **Optimum de production** : quantité de production qui permet de maximiser le profit de l'entreprise.

## 1 Qu'est-ce qu'un marché ?

### A Le marché est une institution

Avant l'apparition de la monnaie, les individus échangeaient les biens qu'ils produisaient grâce au **troc** (échange direct en nature). L'introduction de la monnaie permet de faciliter les échanges et favorise leur développement. En occident, jusqu'au XVII, les lieux d'échange sont multiples (ce sont des foires, des marchés élémentaires...) ; les prix fluctuent indépendamment d'un marché local à un autre : il n'y a pas encore de marché unifié pour un produit donné. Progressivement, les échanges se développent, le marché se généralise et devient le mode de régulation dominant en occident. On parle dès lors d'économie de marché.

**Une économie de marché** est un système économique dans lequel les prix se fixent par le libre jeu du marché ; l'échange marchand domine donc toutes les autres formes de relation sociale.

Cependant le marché ne se suffit pas lui-même, son fonctionnement nécessite que soit établi un certain nombre de règles que l'on appelle les institutions marchandes.

**Institution** : une institution est un ensemble de règles qui s'imposent aux individus. Dans le cadre du marché elles définissent les conditions des transactions.

Ainsi pour que le marché fonctionne efficacement, il faut mettre en place ces principales institutions :

- **Le droit de propriété** : pour pouvoir échanger, il est nécessaire que l'offreur soit propriétaire du bien, cela lui permet d'acheter et de vendre en toute légalité. La propriété peut être matérielle (Ex : voiture), financière (épargne) ou encore intellectuelle (droit d'auteur/brevet).
- **Une monnaie** : elle n'est pas indispensable à l'échange (nos ancêtres utilisaient le troc), mais elle a facilité et encouragé les échanges.
- **Des lois** : vont encadrer le marché pour lui permettre de fonctionner efficacement : droit commercial, droit des contrats, droit des affaires... qui permettent aux individus de commercer en toute confiance.

## **B** Tous les marchés sont-ils concurrentiels ?

Les économistes ont conçu quatre modèles principaux de **structure de marché** pour décrire la manière dont les marchés sont organisés, 1 en concurrence et 3 en concurrence imparfaite.

**Structure de marché** : c'est la manière dont se composent l'offre (les producteurs) et la demande (les consommateurs) sur un marché.

- **Le marché concurrentiel** : est un marché sur lequel il existe un **grand nombre de producteurs** (comme une multitude d'atomes on parle d'atomicité), ils proposent un produit relativement identique (on parle d'homogénéité) et peuvent entrer et sortir librement du marché (nous verrons les conditions de la concurrence parfaite en 2.C).

On peut distinguer **3 structures de marchés imparfaits** :

- **Le monopole** : est une situation où il existe **qu'un seul producteur** du bien sur le marché. Il peut donc librement fixer le prix du marché, il est dit **donneur de prix** ou **price maker**. Comme le prix fixé est en général au-dessus du prix d'équilibre l'entreprise accapare une partie du surplus du consommateur et réalise des super profits appelés aussi **rente de monopole**.
- **L'oligopole** : est une situation où il existe sur le marché un **nombre limité d'offreurs** face à un nombre important d'acheteurs. Chaque offreur (entreprise du marché) **peut influencer le prix d'équilibre**.

**Exemple**

C'est le cas des opérateurs de téléphonie mobile en France : SFR, Orange, Bouygues, Free ou encore des producteurs d'eaux minérales en France : Danone, Nestlé, Castel qui détiennent à eux seuls 90 % des parts de marché.

Dans une telle situation, les actions des entreprises sont interdépendantes : leurs décisions (fixation du prix de vente, quantités produites, innovations...) auront des conséquences sur le marché et donc sur leurs concurrents.

- **La concurrence monopolistique** : Situation dans laquelle il existe **un nombre important de vendeurs** sur le marché (= concurrence) mais qui **essayent de se démarquer** des autres en proposant **des produits différents**. Les entreprises ont donc un monopole sur leur segment (par exemple Apple sur le marché des téléphones) où elles disposent d'un certain pouvoir de marché. En effet, comme leur produit est « différent », elles peuvent le vendre plus cher. Ce pouvoir est limité car il y a d'autres produits sur le marché mais qui restent similaires (Samsung).

**Commentaire**

Différencier leur produit permet aux firmes de segmenter le marché est d'être, sur leur segment, en situation de monopole : c'est l'idée de la concurrence monopolistique.

**Comment le prix se fixe-t-il sur un marché concurrentiel ?****D La rencontre de l'offre et la demande**

**Marché** : lieu de rencontre entre une offre et une demande qui aboutit à la formation d'un prix.

L'échange d'offre et de demande s'effectue sur le marché grâce à l'intermédiaire de la monnaie ; celle-ci permet de fixer un prix qui équilibrera offre et demande.

**La demande (du marché ou demande agrégée)** : est la quantité d'un bien ou d'un service que l'ensemble des agents souhaite acheter à un prix donné. La demande émane donc des consommateurs.

**L'offre (du marché ou offre agrégée)** : est la quantité de biens ou services que les agents désirent vendre sur le marché à un prix donné. L'offre provient des entreprises qui cherchent à vendre leur production.

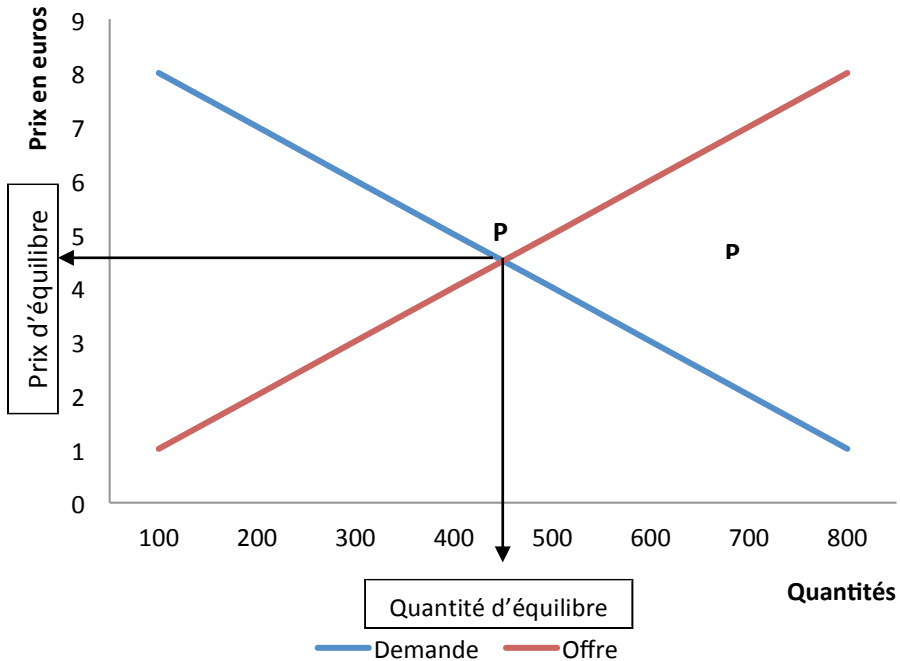
Ce modèle dit « néoclassique » repose sur une hypothèse centrale : **les prix sont parfaitement flexibles**, ils assurent un équilibre automatique et instantané de l'offre et la demande sur les marchés des biens et des services. Il repose également sur le respect des hypothèses de la concurrence pure et parfaite (atomicité, homogénéité, libre entrée, transparence et circulation des facteurs de production nous le verrons en 2.C). L'atomicité est une des plus importantes puisqu'elle suppose qu'il existe sur le marché une multitude d'acheteurs et de vendeurs de telle sorte qu'aucun ne

puisse influencer le prix du marché, ils doivent donc respecter le prix imposé par le marché **ils sont dits preneur de prix ou « price taker »**.

**Remarque**

Il est possible de représenter graphiquement le marché ; par convention, la fonction (quantités demandées) est en abscisse et la variable (le prix) est en ordonnées.

Figure 1. Représentation graphique du marché



Sur un marché, **le prix d'équilibre est celui qui permet l'égalité entre l'offre et la demande** : autrement dit  $O = D$ .

À ce prix (sur le graphique  $P = 4,50$  euros) les producteurs écoulent leur production et la demande des acheteurs qui sont prêts à payer  $P$  est satisfaite. La quantité d'équilibre  $Q = 450$  est alors échangée.

Chaque agent (producteur et consommateur) **est rationnel, c'est un homo-oeconomicus** c'est-à-dire qu'il recherche avant tout son **intérêt personnel** :

- **pour le consommateur** l'objectif est de maximiser l'utilité (ou satisfaction) qu'il retire de l'achat du bien ; plus simplement il désire acheter au prix le plus faible. On en déduit **la courbe de demande est décroissante du prix** du bien : quand le prix du bien baisse la demande augmente ;

- **pour le producteur** l'objectif est de maximiser le profit qu'il retire de la vente du bien (vendre au plus cher) ; on en déduit **la courbe d'offre qui est croissante du prix** : quand le prix augmente l'offre augmente également.

### Commentaire

La rencontre de ces deux intérêts personnels conduit naturellement le marché à l'équilibre. Il faut donc laisser faire le marché qui s'autorégule sans intervention de l'État.

*La pente de ces deux courbes va dépendre de l'élasticité de l'offre (courbe croissante) ou de la demande (courbe décroissante), autrement dit de leur sensibilité à la variation du prix. Nous abordons cela en annexes car les élasticités ne sont plus au programme de première.*

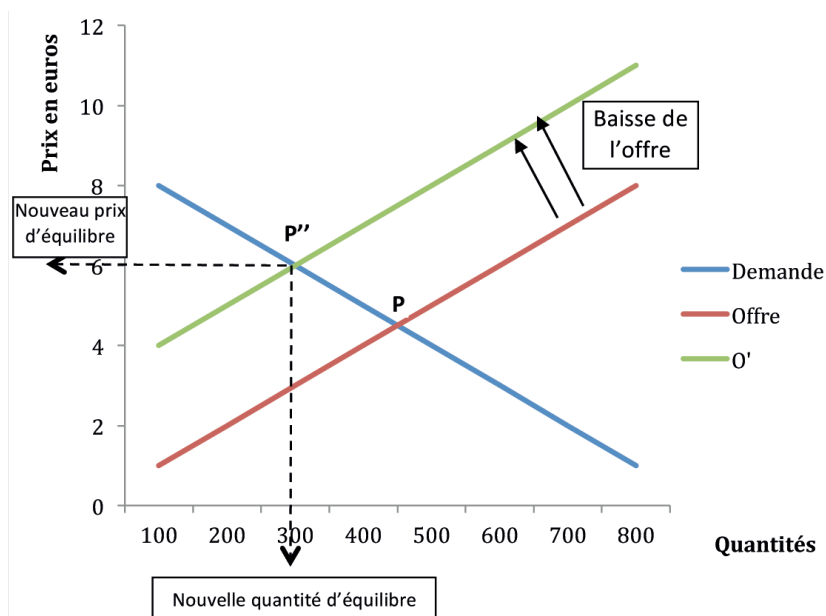
### E L'évolution de l'offre et la demande

Une modification de l'offre et/ou de la demande se traduit par un déplacement des courbes et donc un changement des prix d'équilibre. C'est la loi de l'offre et la demande.

**Déplacement de la courbe d'offre** : une augmentation de l'offre liée à une arrivée de nouveaux vendeurs ou des phénomènes de surproduction par exemple, se traduit par un déplacement de la courbe d'offre vers la droite et donc une baisse du prix.

À l'inverse une baisse de l'offre (une pénurie par exemple) se traduit par un déplacement vers la gauche (O' sur notre graphique) et donc une hausse du prix d'équilibre :  $P' = 6$  euros.

Figure 2. Représentation graphique d'une baisse de l'offre



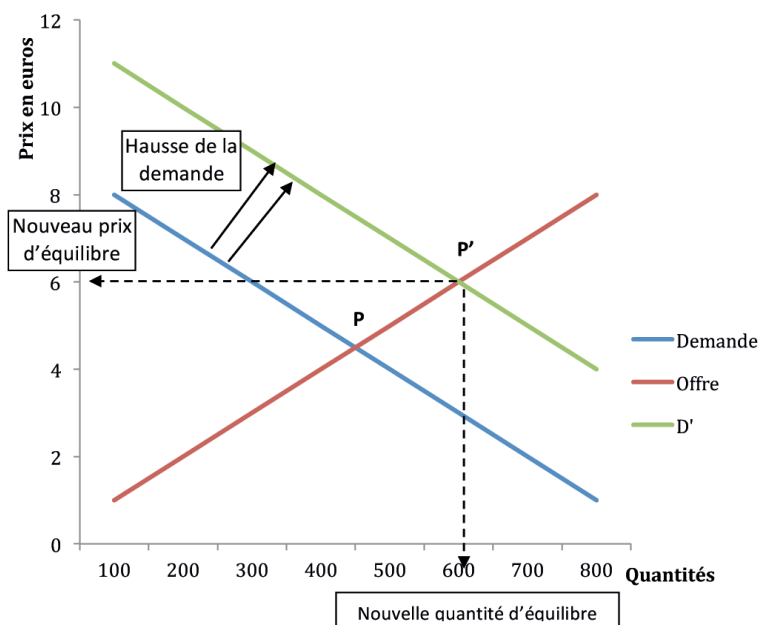
**Commentaires**

Une baisse de l'offre est matérialisée sur le graphique par un déplacement de la courbe d'offre vers la gauche  $O'$ . Le nouveau prix d'équilibre est obtenu quand  $D = O'$ , sur le graphique c'est  $P' = 6 \text{ €}$ . Il y a bien une augmentation du prix d'équilibre suite à la diminution de l'offre.

**Déplacement de la courbe de demande :** une augmentation de la demande suite à l'arrivée de nouveaux consommateurs ou à une modification des goûts se traduit par un déplacement de la courbe de demande vers la droite ( $D'$ ) et donc à une augmentation du prix :  $P' = 6 \text{ euros}$

Une diminution de la demande (moins de consommateurs) se traduit par un déplacement de la courbe vers la gauche et donc une baisse du prix d'équilibre.

Figure 3. Représentation graphique d'une hausse de la demande



**Commentaire**

L'augmentation de la demande (plus de consommateurs) se matérialise sur le graphique par un déplacement de la courbe de demande vers la droite  $D'$ . Le nouveau prix d'équilibre est obtenu quand  $O = D'$  c'est-à-dire  $P'' = 6 \text{ €}$ , il y a bien une augmentation du prix d'équilibre quand la demande augmente.

Ainsi le marché réagit par l'intermédiaire du prix à toute variation de l'offre et/ou de la demande ; il retrouve seul son équilibre on dit qu'il **s'auto régule**. De cette

façon, sans intervention extérieure, un nouveau prix d'équilibre se fixe sur le marché permettant d'égaliser l'offre et la demande.

**Pour résumer la loi de l'offre et la demande :**

- quand la Demande augmente le prix augmente et quand la Demande baisse le prix baisse ;
- quand l'Offre augmente le prix baisse et quand l'Offre baisse le prix augmente.

**F La concurrence parfaite**

Pour obtenir un libre jeu de l'offre et la demande comme nous l'avons vu plus haut, il faut que le marché soit en concurrence parfaite (on dit aussi en France concurrence pure et parfaite). Pour cela il doit présenter 5 caractéristiques.

- **Atomocité du marché** : il existe un grand nombre d'acheteurs et de vendeurs de petite taille (comme des atomes) ; aucun ne pouvant influencer le marché (pas de monopole, ni d'association de consommateurs).
- **Homogénéité du produit** : tous les produits de la même catégorie sont considérés comme identiques par les acheteurs (pas de marque, ni de publicité...), ils sont donc comparables et échangeables.
- **Libre entrée (et sortie) sur le marché** : tout producteur et tout acheteur est libre d'entrer et de sortir du marché ; pas de barrières légales (comme un monopole d'état...), techniques (un savoir-faire particulier, un brevet...) ou financières (de trop gros investissements...).
- **Transparence du marché** : l'information sur le marché doit circuler rapidement et sans coût (les quantités vendues, la qualité des produits...).
- **Mobilité des facteurs** : les facteurs de production (capital et travail) peuvent se déplacer librement d'un marché à l'autre (si une industrie n'est plus rentable travail et capital se déplacent vers une autre).

Si ces 5 critères sont réunis on se trouve en présence d'un **marché en concurrence pure et parfaite** ; l'analyse est purement théorique car en réalité ils sont rarement réunis. Sur ce type de marché concurrentiel, les entreprises sont « **preneuses de prix** » (« **price taker** »), c'est-à-dire qu'aucune d'entre elles ne peut influencer la fixation du prix. Le prix de marché, qui résulte de la confrontation de l'offre et de la demande, s'impose à elles. Elles ne disposent alors d'aucun pouvoir de marché.

**Remarque**

La concurrence pure et parfaite n'est donc pas favorable aux entreprises. Elles cherchent parfois à réduire cette concurrence en agissant sur une ou plusieurs de ces 5 conditions et détenir un pouvoir de marché (voir chapitre 2).