



3^e édition

Les Grands Mécanismes de **l'économie**

en clair

Raphaël Didier

Illustrations de Gilles Macagno



Le marché

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

QCM d'entrée

réponses p. 231

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'acheteurs

3. Qu'est-ce qu'une économie planifiée ?

- a. une économie dans laquelle une autorité centrale prend l'ensemble des décisions qui se devront d'être compatibles entre elles
- b. une économie dans laquelle les entreprises planifient leur production
- c. une économie dans laquelle l'État confie au marché le soin de fixer le niveau de la production

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 qu'il peut exister un équilibre de sous-emploi ?

- 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 paie 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 qui proposait du sucre, des épices, des animaux, des tissus, etc.

De nos jours, en économie, le marché est devenu une notion, que l'on peut définir comme suit :

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 qu'en raison de l'impossibilité de préciser où se trouve un tel marché... Ce qui n'empêche pas de parler du marché des biens et services, du travail, 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*.

Dans la théorie néoclassique, approche dominante en économie fondée sur l'autorégulation des marchés, les échanges ne peuvent 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. Cette théorie considère que, sous certaines conditions qui définissent une concurrence pure et parfaite, le marché assure une allocation efficace des ressources et conduit spontanément l'économie à une situation d'équilibre stable. Ces conditions très restrictives 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 charcuterie, du sucre, yaourt ou de l'hygiène;
- *mobilité des facteurs de production*: lorsque certaines usines ferment, comme dans le cas très médiatique d'ArcelorMittal 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 (1921-2017) et Gérard Debreu (1921-2004). C'est pourquoi l'on parle aujourd'hui souvent du modèle Arrow-Debreu, dont l'intérêt a été notamment de montrer que les conditions de la concurrence parfaite ne sont pas suffisantes pour démontrer l'existence de l'équilibre général. Hugo F. Sonnenschein (1940-2021) montrera en 1974 que même la convergence vers cet équilibre n'est pas assurée.

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* »

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. L'on en déduit, *sous ces conditions*, 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 (issu des affamés qui veulent acheter un repas) et d'une offre (issu des fast-foods). Bien entendu, les demandeurs ne sont pas tous prêts à payer la même chose pour un tel déjeuner. Ainsi, l'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 €	1500 000	250 000
15 €	750 000	750 000
20 €	200 000	1800 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. L'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 par le mécanisme du marché. 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.

En tout état de cause, 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 Léon Walras (1834-1910), le père de la théorie de l'équilibre général.

Cela 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 lorsqu'il est très demandé à certaines périodes de l'année (ex. les consoles de jeux vidéo à Noël).

En définitive, les entreprises ne prennent leur décision à court terme que sur la base de leur carnet de commandes et d'un éventuel mimétisme par rapport au comportement du concurrent. En cas de difficulté, elles ne diminueront pas les prix à court terme et chercheront plutôt à diminuer les quantités produites et les coûts de production. Bref, les prix sont loin de réagir comme le soutient la théorie néoclassique : à court terme, il est fréquent qu'ils restent inchangés même si les autres variables ont été modifiées, car tout simplement il faut du temps pour obtenir ces informations.

Le prix apparaît donc comme l'élément essentiel permettant les échanges sur un marché. On lui attribue généralement trois fonctions :

- *une fonction d'information* : le prix est un signal qui donne une indication quant à la rareté relative d'un bien ou d'un service ;
- *une fonction d'incitation* : une variation du prix incite producteurs et consommateurs à modifier leur offre et leur demande ;
- *une fonction d'équilibre* : c'est celle qui permet les échanges sur un marché.

Valeur d'usage, valeur d'échange et prix

Les prix peuvent être exprimés en unités monétaires (prix absolus) ou relativement à un autre bien (prix relatifs). L'analyse économique contemporaine se concentre essentiellement sur les seconds, perçus comme les seuls prix importants dans une économie. Les écoles de pensée antérieures accordaient, au contraire, une importance beaucoup plus grande à la notion de valeur. Ainsi, les économistes du courant classique, comme Adam Smith (1723-1790) ou David Ricardo (1772-1823), distinguaient 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 ; elle est donc à la base du prix relatif de ces deux marchandises. 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, 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 tendanciellement autour du prix naturel.

Ainsi, 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 ;