

<p>ECONOMIE GENERALE : INTRODUCTION A LA SCIENCE ECONOMIQUE</p>
--

**CHAPITRE 3 : « STRUCTURE DES MARCHES ET FORMATION DES
PRIX »**

Introduction

I- Du marché aux marchés : la loi de l'offre et de la demande

1- Notion de marché

2- La loi de l'offre et de la demande

II- Les formes de marché

1- Les marchés de concurrence pure et parfaite (CPP)

2- Les marchés de concurrence imparfaite (théorie micro-économique)

3- Les marchés contestables

III- L'approche théorique de la fixation des prix

1- Le modèle de concurrence pure et parfaite (CPP)

2- Le cas du monopole

3- Synthèse : la concurrence pure et parfaite, des hypothèses irréalistes

IV- Les limites apportées à l'économie de marché

1- L'intervention de l'Etat

2- La stratégie des entreprises

Conclusion

ECONOMIE GENERALE : INTRODUCTION A LA SCIENCE ECONOMIQUE

CHAPITRE 3 : « STRUCTURE DES MARCHES ET FORMATION DES PRIX »

Introduction

Le marché, base de l'activité économique, permet l'échange des biens et services selon l'utilité relative des biens définie par chaque individu.

Sous les hypothèses néoclassiques, le marché est le meilleur moyen d'atteindre l'optimum économique dans l'intérêt général (*main invisible*, A. SMITH).

Mais la situation actuelle démontre l'existence de plusieurs marchés avec leurs règles propres, ce qui a une influence sur la formation des prix et l'intérêt collectif et l'Etat doit nécessairement intervenir afin de réguler l'économie dans l'intérêt général.

I- Du marché aux marchés : la loi de l'offre et de la demande

1- Notion de marché

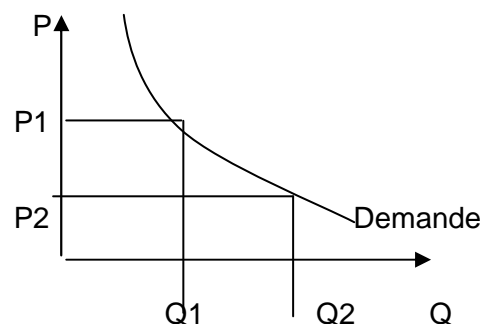
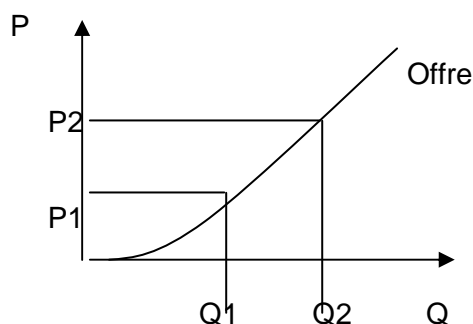
Origine : place publique, vente à date fixe et pour une durée permanente.

Dans les grandes villes, les marchés sont permanents (épices, sucre, coton...).

Aujourd'hui : lieu physique non indispensable grâce aux moyens de communication.

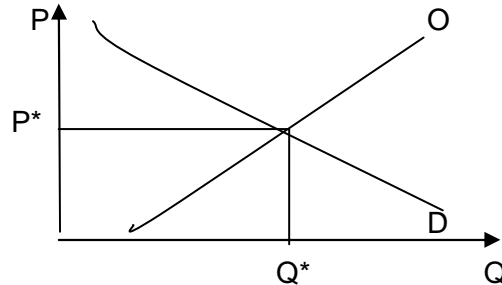
Des marchés mondiaux : or, matières premières, valeurs mobilières de placement... recours à un courtier en affaires.

Théorisation du comportement des acteurs :



2- La loi de l'offre et de la demande

Sous les hypothèses de la *Concurrence Pure et Parfaite* (CPP), la flexibilité des prix aboutit à l'équilibre Offre/Demande. Ajustement par les prix dans la théorie néoclassique.



Les prix sont flexibles si la variation des quantités offertes entraîne des variations de prix.

- ↪ Si l'offre est supérieure à la demande, alors baisse du prix jusqu'à P^* .
- ↪ Si l'offre est inférieure à la demande, alors hausse du prix jusqu'à P^* .

Importance du prix qui concentre l'information économique (F. A. VON HAYEK, courant autrichien ultra-libéral) et qui a un rôle régulateur :

- ↪ *Information* : le prix est un signal de rareté relative des biens et services ;
- ↪ *Incitation* : la variation de prix entraîne des variations de comportement de l'offre et de la demande ;
- ↪ *Equilibre* : la variation de prix permet l'équilibre sur chaque marché (modèle d'A. MARSCHALL) et sur tous les marchés (équilibre général de L. WALRAS : *toutes choses égales par ailleurs*).

II- Les différentes formes de marché

1- Les marchés de concurrence pure et parfaite (CPP)

Modèle néoclassique du XIX^{ème} siècle (L. WALRAS) :

Cinq hypothèses :

- ➡ Atomicité des acteurs (pas de pouvoir de marché) ;
- ➡ Homogénéité des biens (biens non différenciés, substituables) ;
- ➡ Fluidité des marchés : entrée/sortie libres (sans coûts ou coûts réduits) ;
- ➡ Transparence de l'information ;
- ➡ Fluidité offre/demande : mobilité des facteurs de production, on peut s'adresser à n'importe quel vendeur...

Hypothèses très restrictives, quelques marchés remplissent toutes ces conditions :
marché des capitaux, agricoles, certains marchés industriels...

2- Les marchés de concurrence imparfaite (théorie micro-économique)

Matrice de H. V. STACKELBERG

Offre \ Demande	UN	QUELQUES	PLUSIEURS
UN	<i>Monopole bilatéral</i>	<i>Monopsone contrarié</i>	<i>Monopsone</i>
QUELQUES	<i>Monopole contrarié</i>	<i>Oligopole bilatéral</i>	<i>Oligopsone</i>
PLUSIEURS	<i>Monopole</i>	<i>Oligopole</i>	<i>Concurrence</i>

La concurrence est aujourd'hui monopolistique : les produits sont différenciés pour bénéficier d'une situation de monopole temporaire mais il ne faut pas oublier l'existence possible de produits substituables qui renvoie à une situation de concurrence. L'offre est trop importante, les coûts importants et les volumes insuffisants (séries courtes car nécessaire renouvellement rapide de l'offre et des coûts de R&D de plus en plus importants), d'où un prix supérieur à celui de la concurrence pure.

Existence d'oligopoles, duopoles, différenciés ou non : soit rivalité (guerre des prix), mais le plus souvent entente tacite ou explicite (les cartels), notamment pour administrer les prix. Le droit limite les ententes.

Existence de monopoles : maîtrise des prix et quantités mais le mécanisme de marché fonctionne toujours. Situation forte si absence de produits de substitution et/ou l'existence de barrières à l'entrée.

Au XIX^{ème} siècle, A. COURNOT a analysé le 1^{er} les monopoles et duopoles.

Au XX^{ème} siècle : E.H. CHAMBERLAIN (1933) : *Théorie de la concurrence monopolistique*, une forme de marché intermédiaire entre la concurrence pure et parfaite et le monopole, deux cas polaires limités.

REMARQUE : la plupart des marchés sont effectivement en concurrence monopolistique ou en oligopoles différenciés ou non.

3- Les marchés contestables

Années 1980 (W. J. BAUMOL) : expliquer des cas d'entreprises qui ne sont pas en situation de concurrence mais qui adoptent un comportement de situation de concurrence, surtout sur les prix.

→ C'est la peur de voir sa position contestée par l'entrée d'éventuels concurrents qui les poussent à agir ainsi car leur marché est contestable (attaquable) car l'entrée et la sortie sont sans coûts élevés.

III- L'approche théorique de la fixation des prix

1- Le modèle de concurrence pure et parfaite (CPP)

Deux variables : prix et quantités, deux types d'acteurs, offre et demande, donc deux courbes.

Comportement :

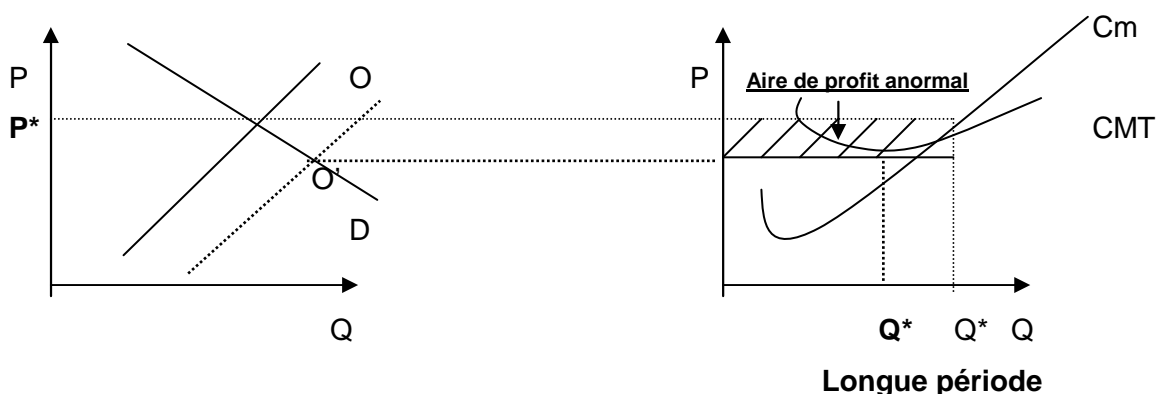
- **Offre** : si le prix augmente, la quantité augmente car l'offre répond par une variation de quantité pour un prix donné : l'offre globale (OG) est fonction du prix car il n'existe qu'un seul niveau de quantité pour un prix donné.
- **Demande** : si le prix augmente, la quantité diminue.

Dans le modèle de CPP, le prix est fixé à l'intersection des deux courbes, résultat de la confrontation entre l'offre globale (OG) et la demande globale (DG).

Atomicité, homogénéité des biens et services, transparence, fluidité : aucune entreprise n'a intérêt à fixer un prix différent de celui du marché : si au-dessus, perte de clientèle, si en dessous, trop de clientèle, elle ne peut répondre par sa petite taille relative (atomicité des acteurs). Le prix est donc une contrainte, l'entrepreneur est « price taker ».

→ Pour maximiser le profit, il faut diminuer les coûts (efficacité économique).

Théorie micro-économique : au fur et à mesure que la quantité augmente, les coûts baissent puis augmentent à partir d'un certain niveau à cause des effets de seuil, surtout pour les coûts fixes (courbe en V), raisonnement en *Coût Marginal* (Cm) : comparaison entre la *Recette Marginale* (Rm), le prix en fait, et Cm.



REMARQUES : la courbe de C_m coupe toujours la courbe de *Coût Moyen Total* (CMT) en son minimum.

C_m : évolution du coût de production pour une unité supplémentaire. Une courbe importante, se demander jusqu'où il est intéressant de développer la production.

$$RT \text{ (Recette Totale)} = P \times Q$$

$$RM \text{ (Recette Moyenne)} = RT/Q = (P \times Q)/Q = P$$

A.MARSHALL : **en courte période** : profit max. : $PV = R_m = C_m$.

Au-delà, $P < C_m$, pertes pour l'entreprise.

$R_m = P$, puisque toute la production est vendue au même prix.

En longue période : l'existence de super profit (au-delà de la rémunération normale du capital investi) attire de nouveaux investisseurs, d'où une hausse de l'offre (O') et si la demande stagne, alors baisse du prix et baisse du profit anormal. Ceci se poursuit jusqu'à disparition du super profit (profit anormal), atteinte du prix d'équilibre de long terme. Donc, $P = C_m = \text{mini CMT}$.

En CPP, à l'équilibre : profit nul (au-delà de la rémunération normale du capital), la production est réalisée au coût le plus bas possible (mini CMT) et au prix le plus bas possible (intérêt du consommateur).

2-Le cas du monopole

Un producteur seul face à la demande entière : les quantités produites influencent le prix.

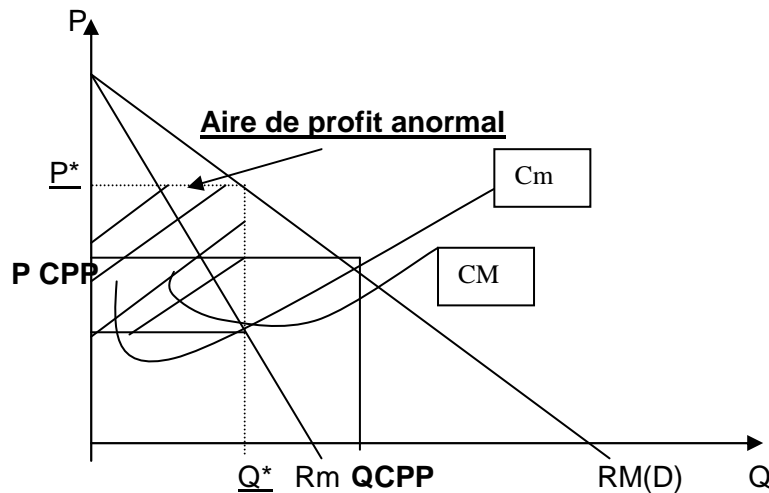
Mais, le mécanisme de la demande fonctionne toujours (baisse de la demande D quand le prix augmente). De plus, l'entreprise ne pourra écouler les quantités supplémentaires qu'en baissant le prix.

➔ Il s'agit de maximiser la recette totale (RT). Calcul de R_m , c'est à dire la hausse de la recette due à une hausse supplémentaire de production.

$RM = P$. Plus l'entreprise développe l'offre, plus le prix baisse car elle ne gère plus la rareté.

R_m : seul offreur, donc le prix de la dernière unité produite s'applique à toutes les unités vendues, donc R_m influence fortement RT qui décroît plus fortement que RM .

$$R_m = (\text{variation de RT})/(\text{variation de } Q).$$



Profit max. : $R_m = C_m$, donc :

- ❶ Détermination Q^*
- ❷ Fixation du prix correspondant pour écouler Q^* (courbe RM).

En monopole, à l'équilibre : un profit anormal (au-delà de la rémunération normale du capital), c'est la *rente de monopole*, la production n'est pas réalisée au coût le plus bas, le consommateur achète à un prix supérieur et le coût est plus élevé qu'en CPP.

REMARQUE : un certain nombre d'entreprises profite des avantages du monopole sans en être : oligopoles/duopoles organisés en cartels ou entente illicite, entreprises qui différencient leurs produits (situation de monopole temporaire jusqu'à l'imitation).

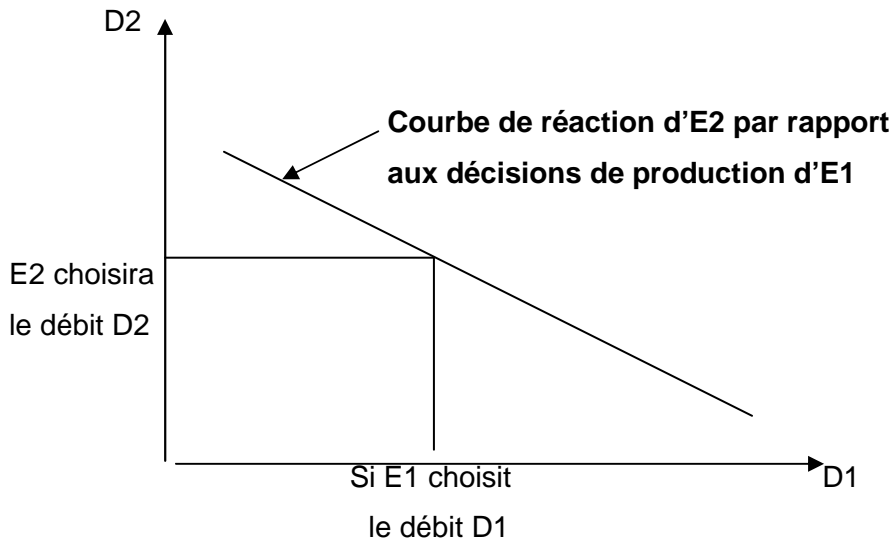
- L'équilibre du duopole :

☑ *Le duopole d'A. COURNOT*: dans ses *Recherches sur les principes mathématiques de la théorie des richesses* (1838), il étudie le comportement de deux entreprises gérant chacune une source d'eau minérale de qualité identique.

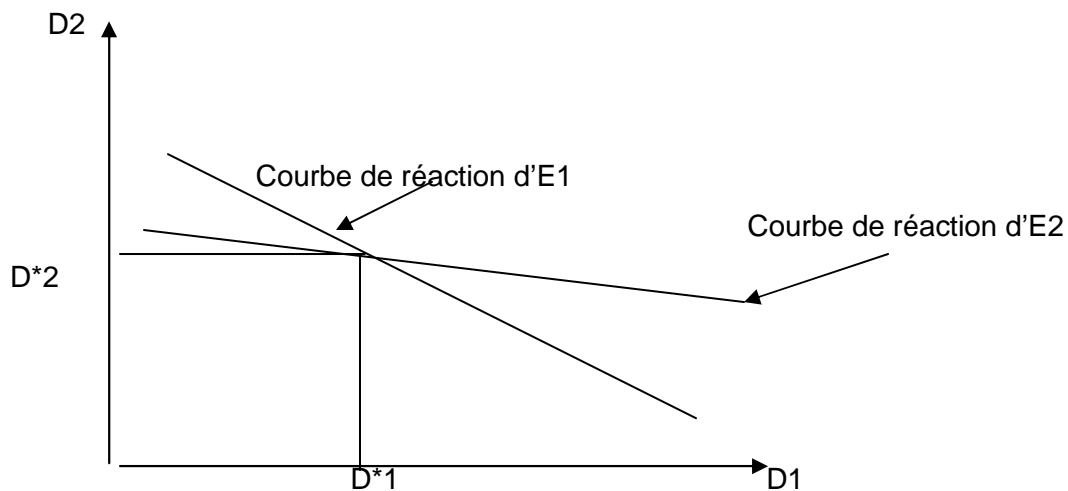
Lorsque la première entreprise (E1) ne modifie pas son débit (D1), l'autre entreprise (E2) peut adapter le sien (D2) tout en sachant que si elle l'augmente, la quantité globale d'eau minérale offerte augmente et le prix diminue, et inversement. E2 fixera donc un débit D2 lui permettant de maximiser son profit.

Ainsi, à chaque niveau de production d'E1 correspondra un niveau optimal de production pour E2.

Graphiquement, la réponse d'E2 aux décisions d'E1 peut être représentée par une *courbe de réaction* :



Si E1, à son tour, prend la production d'E2 comme une donnée, elle réagira aux différents niveaux de production d'E2 en calculant les quantités qui lui permettent de maximiser son profit. Dès lors, si les deux courbes de réaction ne sont pas identiques, leur point d'intersection déterminera D^*1 et D^*2 d'équilibre :



A l'équilibre, lorsqu'E1 choisit D^*1 , E2 choisit D^*2 et réciproquement.

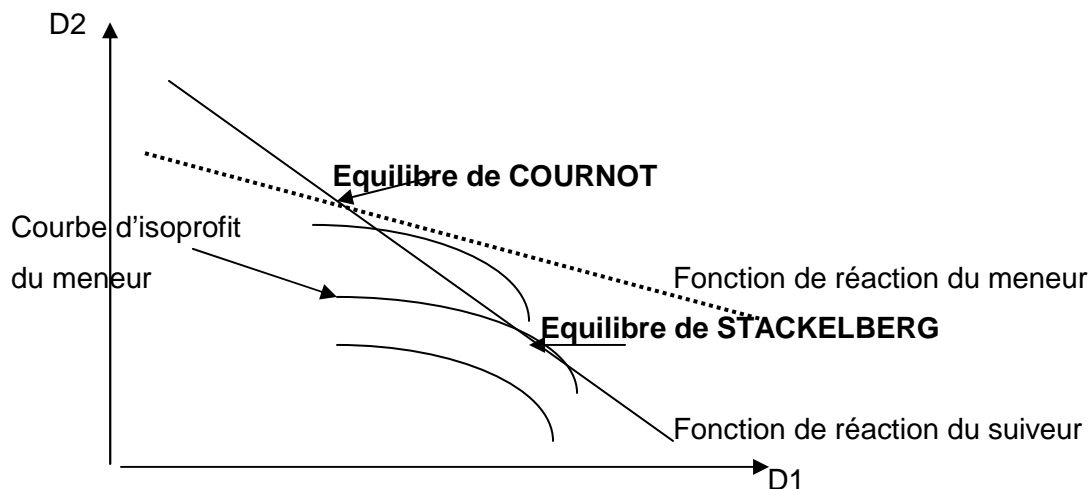
Le modèle d'A. COURNOT repose sur plusieurs hypothèses :

- Les entreprises ne coopèrent pas entre elles ;
- Chaque entreprise dispose d'une information parfaite sur les agissements de l'autre ;
- Tout se passe comme si chaque entreprise prenait sa décision à tour de rôle (on joue chacun son tour...) en considérant la décision de l'autre comme une donnée ;
- Le comportement des entreprises est symétrique.

☑ *Le duopole d'H. V. STACKELBERG* : dans *Forme de marché et équilibre* (1934), cet économiste allemand a étudié l'hypothèse où deux entreprises en duopole n'ont pas un comportement symétrique comme le supposait A. COURNOT :

Si l'une des deux entreprises adopte une position de *meneur*, et si l'autre se comporte en *suiveur*, le jeu entre les deux entreprises va se modifier.

Le *meneur*, au lieu de prendre en considération le dernier choix (en matière de quantité) du *suiveur* et de réagir par rapport à ce choix, examinera l'ensemble de la courbe de réaction du *suiveur* et choisira ensuite, sur cette courbe de réaction, le point lui permettant de réaliser le profit le plus élevé possible :



Si on appelle **courbe d'isoprofit** l'ensemble des courbes (D1, D2) donnant un profit donné pour le meneur, celui-ci choisira la courbe d'isoprofit correspondant au profit le plus élevé mais tangente à la courbe de réaction du suiveur.

Par rapport à la situation symétrique décrite par A. COURNOT, le meneur réalise un profit plus élevé et le suiveur réalise un profit plus faible. C'est la raison pour laquelle, le plus souvent, les entreprises veulent adopter une position de *meneur*...

☑ *Le duopole d'A. BOWLEY* : la situation où les entreprises se comportent en meneurs a été étudiée dans ce modèle. Dans ce cas, elles fixent chacune des quantités indépendamment l'une de l'autre et de façon à maximiser leurs profits. Toutefois, cette attitude va conduire à une augmentation globale des quantités sur le marché et à une baisse des prix : les deux entreprises réaliseront des pertes !

☑ *Le duopole de J. BERTRAND* : un cas de figure fréquent est celui où les deux entreprises pratiquent une politique de prix et non de quantités. Ce comportement de concurrence par les prix a été étudié par ce mathématicien français. Dans ce cas, l'entreprise qui baisse son prix attire aussitôt à elle la clientèle et par conséquent déclenche une réaction de baisse des prix chez son concurrent. L'équilibre n'est

atteint que lorsque le prix est descendu au niveau du coût marginal, il correspond ainsi à l'équilibre de concurrence parfaite.

☑ *La constitution de cartels* : au lieu de se faire concurrence, les entreprises en situation d'oligopole ou de duopole cherchent à constituer des ententes tacites ou formelles dont la forme la plus achevée est le cartel. Dans cette forme, les entreprises s'entendent entre elles de façon à ce que toutes ensemble réunies elles puissent pratiquer un prix de monopole. Elles s'en remettent alors à un organisme de cartel qui fixe à chacune d'entre elles un quota de production. La production totale du cartel correspond à la quantité optimale qu'aurait fixée une entreprise en situation de monopole. Le cartel permet donc aux entreprises participantes de se partager une rente idéalement égale à celle d'un monopole !

3- Synthèse : la concurrence pure et parfaite, des hypothèses irréalistes

Atomicité : phénomène de concentration (oligopoles), aussi du côté de la demande (centrales d'achat, places de marché...).

Homogénéité : segmentation des marchés (stratégies de niches, créneaux...).

Fluidité des marchés : l'entrée a un coût de plus en plus élevé (technologie, innovation, circuits de distribution...) et la revente des actifs est difficile dans les secteurs spécifiques (barrières à la sortie).

Transparence : l'information a un coût, il n'est pas toujours rentable de la chercher, la demande va au plus près, un problème d'asymétrie et d'incertitude.

→ Une théorie normative, en principe on atteint l'équilibre sur tous les marchés, un optimum, **l'équilibre Parétien** : *aucun agent ne peut améliorer sa situation sans dégrader celle d'au moins un autre*.

Dans le contexte d'asymétrie et d'incertitude, il est risqué d'investir, les calculs rationnels d'optimalité sont impossibles (Cf. H. SIMON, *la rationalité limitée*).

IV- Les limites apportées à l'économie de marché

1- L'intervention de l'Etat

Ordonnance du 30/06/1945 : blocage des prix : fixation de prix maximum ou minimum, blocage partiel ou général, blocage des marges, accords avec les professions... pour protéger le consommateur et diminuer l'inflation.

MAIS : - En cas de pénurie : le blocage des prix maximum décourage l'offre ; s'il existe une surproduction, le prix minimum freine la baisse de l'offre ;

- Blocage de la concurrence par les prix : absence de gains pour les consommateurs et risque d'inefficience des entreprises ;

- Perte du caractère informatif des prix : mauvaise orientation possible de l'investissement car l'offre est déstabilisée.

Ordonnance du 01/12/1986 (E. BALLADUR) : liberté des prix, déréglementation pour augmenter l'offre et baisser les prix (donc l'inflation) au risque d'une concurrence sauvage, de guerre des prix...

Aujourd'hui, d'autres moyens pour orienter les prix : politique agricole (stockage, PAC...), subventions, réglementation de l'accès aux professions (optique, notariat, taxis...).

2- La stratégie des entreprises

Pratiques restrictives : vente à perte temporaire, infraction à la TVA, non-respect des règles de facturation, politiques promotionnelles...

Pratiques discriminatoires : prix ou conditions de vente non justifiés par des différences de coûts de revient (dons personnalisés, livraisons gratuites... en fonction des profils clients) ;

Ententes et abus de position dominante : sur les prix de vente, partage des marchés, qualité, volume de production... sanctionnés par le conseil de la concurrence en France, la commission européenne ou l'OMC (organe ORD) car ils enfreignent le libre jeu du marché.

La concentration des entreprises est parfois souhaitable même si elle diminue la concurrence. Elle est autorisée si elle est bénéfique aux consommateurs (cas de la distribution sélective/exclusive, franchise/partenariat...)

Conclusion

Le marché est la base de l'activité économique. Au contraire de la pensée néoclassique, il n'existe pas un seul type de marché et les mécanismes de formation des prix sont alors différents.

Aujourd'hui, les stratégies d'entreprise aboutissent à une concurrence monopolistique. L'Etat doit intervenir pour laisser les règles du marché fonctionner et aboutir

à l'optimum économique et social (en théorie...) mais également pour réguler l'activité et éliminer les effets néfastes du marché.

Le marché est porteur de nombreuses inégalités sociales, éviction des plus faibles et des moins adaptables : est-ce le prix à payer pour aboutir à l'optimum économique ou faut-il laisser l'Etat et la sphère non marchande assurer un minimum à chacun ? (débat actuel sur la protection sociale, marchandisation de l'école...)