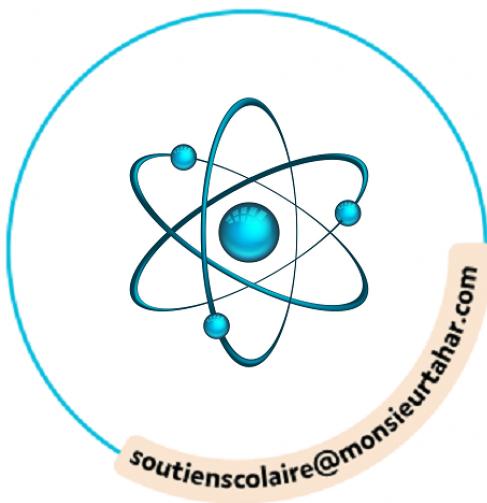


# SES



# CHAPITRE 3

# Comment se forment les prix sur un marché

## 1 Le marché, une réalité multiple

- De la brocante du village au marché boursier de Wall Street, en passant par celui des footballeurs professionnels ou celui de l'immobilier, il existe une grande diversité de **marchés**, qui se différencient par l'objet de l'échange et par l'organisation de cet échange.
- Plus généralement, on appelle marché le lieu, réel ou fictif, où des offreurs proposent un produit acheté par des demandeurs : c'est donc le lieu de rencontre entre une **offre** et une **demande** pour un produit.

## 2 Les mécanismes de base du marché en concurrence

- Quand il y a une forte concurrence sur le marché, l'offre et la demande pour un produit dépendent de son **prix**.
- En général, la demande est une fonction décroissante du prix : plus un produit est cher, et moins il est demandé. Cependant, la « sensibilité » au prix peut être plus ou moins forte : la hausse du prix d'un produit peut ne pas en modifier beaucoup la demande.
- À l'inverse, l'offre tend à être croissante avec le prix : un produit plus cher est davantage offert, car la hausse du prix crée de nouvelles opportunités de gains. Là aussi, la réaction aux variations de prix peut être plus ou moins forte.
- Il existe un prix, appelé **prix d'équilibre**, pour lequel l'offre et la demande sont égales. C'est à ce prix que l'échange se fait.
- Des variations de l'offre ou de la demande peuvent modifier ce prix d'équilibre, mais un marché en concurrence est censé toujours permettre d'atteindre le prix d'équilibre.

## 3 Le modèle de marché en concurrence permet de comprendre les effets attendus des taxes et des subventions

- Les autorités peuvent décider d'instaurer une **taxe** sur certains produits afin de contrer des effets indésirables : par exemple, la nouvelle taxe sur les sodas instaurée en France en 2018 a pour objectif de limiter la consommation de boissons sucrées, source d'obésité. Dans le cas où la taxe a pour objectif de faire changer les comportements, on parle de taxe incitative ou comportementale.
- L'introduction d'une taxe fait mécaniquement augmenter le prix de vente d'un produit et il est attendu, par conséquent, que la demande pour ce dernier diminue. Graphiquement, l'introduction d'une taxe se traduit par un déplacement vers la gauche de la courbe de l'offre, si la taxe est supportée par les producteurs, ou de la courbe de la demande, si la taxe pèse sur les consommateurs.
- À l'inverse, les autorités peuvent décider de favoriser les acteurs économiques (entreprises, associations ou ménages) en allouant une **subvention**. Par exemple, les aides personnalisées au logement (APL) sont des prestations sociales qui visent à permettre aux ménages à faible revenu d'accéder à un logement ou de s'y maintenir plus aisément, et s'approchent d'une subvention à la location. Graphiquement, l'existence d'une subvention se traduit par un déplacement de la courbe de demande vers la droite, si elle est versée aux demandeurs. Si la subvention est allouée aux producteurs, le déplacement concerne la courbe d'offre.

## Les notions à connaître

### Demande

Quantité d'un bien ou d'un service qu'un individu désire acheter à un prix donné.

### Marché

Lieu réel ou fictif où se rencontrent des acheteurs et des vendeurs dans l'intention d'échanger des biens et des services à un certain prix.

### Offre

Quantité de biens ou de services qu'un agent souhaite vendre à un prix donné.

### Prix

Valeur d'échange d'un produit sur un marché. La plupart du temps, il est exprimé en unité monétaire, par exemple en euros.

### Prix d'équilibre

Prix théorique, permettant l'échange le plus avantageux pour les offreurs et les demandeurs sur un marché en concurrence. Il se lit au point d'intersection entre les courbes d'offre et de demande. En ce point, les quantités offertes sont égales aux quantités demandées.

### Quantité d'équilibre

Quantité théorique échangée pour le prix d'équilibre. Pour ce prix, la quantité est la même pour la demande et pour l'offre.

### Subvention

Somme versée par les administrations publiques pour soutenir un acteur économique ou pour modifier les comportements.

### Taxe

Prélèvement obligatoire effectué par l'État ou les collectivités locales sans contrepartie immédiate. Cette taxe peut être utilisée dans l'intention de modifier les comportements des offreurs ou des demandeurs.