

ISIMA

Chapitre 3 Les marchés: Producteur, consommateur et efficacité économique

Mme BORODAK DANIELA

1

Plan du cours:

Introduction

1. Prix plancher
2. Prix plafond
3. Équilibre du marché et bien-être
4. Efficacité du marché
5. Inefficacité du marché

2

Introduction

Dans la plupart des marchés, les forces du marché conduisent à un prix et à une quantité d'équilibre.

A cet équilibre, tout le monde n'est pas nécessairement satisfait:

- certains consommateurs ou producteurs sont exclus du marché.

Des politiques économiques sont souvent introduites lorsque le prix d'équilibre est jugé « injuste ».

Une politique économique qui veut affecter directement le prix d'un bien ou d'un service n'est effective que si elle empêche que l'intersection de la demande et de l'offre détermine le prix:

!!! ces sont des politiques de prix plancher ou de prix plafond.

3

Plan du cours:

Introduction

1. **Prix plancher** et prix plafond
2. Applications
3. Equilibre du marché et bien-être
4. Efficacité du marché
5. Inefficacité du marché

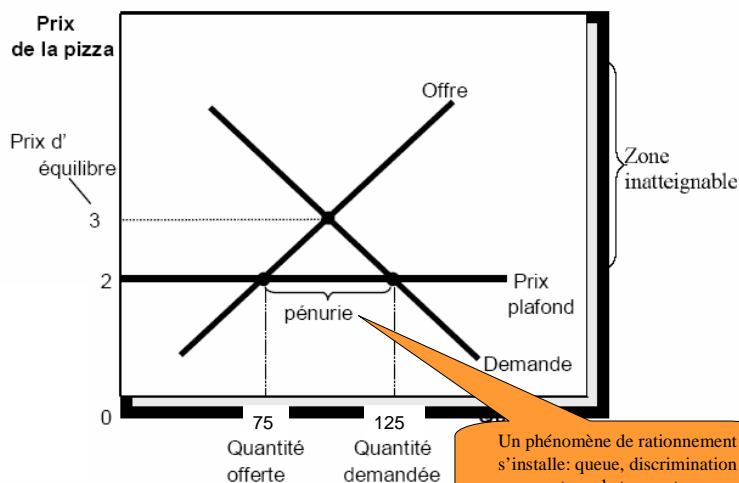
4

1. Prix plancher et prix plafond

- **Prix plancher** : un prix légal minimum en dessous duquel le bien ou service ne peut être vendu (ex.: le salaire minimum).
- **Prix plafond** : un prix légal maximum au dessus duquel le bien/service ne peut être vendu (ex.: contrôle des loyers).

5

Exemple: Une politique de prix plafond contraignante



Une politique de prix plafond n'est efficace que si ce prix est inférieur au prix d'équilibre.

6

Plan du cours:

Introduction

1. Prix plancher et prix plafond
2. Applications
3. Equilibre du marché et bien-être
4. Efficacité du marché
5. Inefficacité du marché

7

2. Application

A. Le contrôle des loyers

- Le contrôle des loyers est un plafond sur les loyers que les propriétaires peuvent demander à leurs locataires.
- Le but d'un contrôle des loyers est de rendre le logement plus abordable.



Un tel contrôle existe dans la plupart des villes européennes.

Le **contrôle des loyers** en **France** a été « explicite » entre 1914-1948.

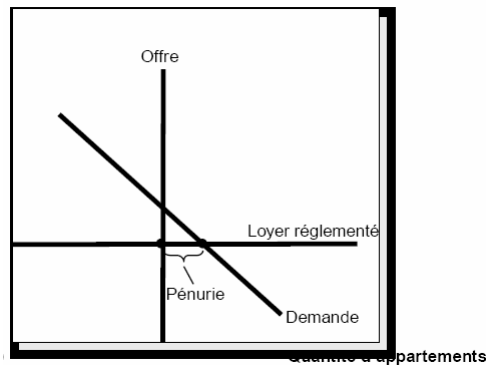
Aujourd'hui il existe donc une forme de contrôle des loyers en France:

En cas de renouvellement ou reconduction du bail, le propriétaire ne pourra réévaluer le montant du loyer que s'il prouve que le loyer antérieur est « manifestement sous évalué ».

8

Contrôle des loyers: le court terme

- A court terme l'offre et la demande sont inélastiques

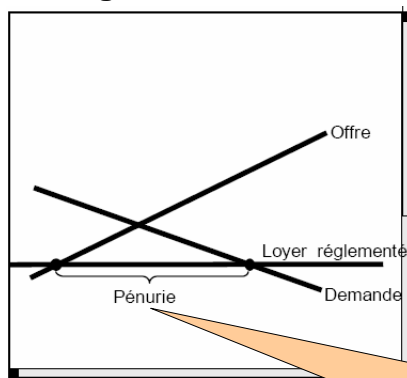


Effets immédiats:
peu de pénurie et baisse des loyers.

9

Contrôle des loyers en long terme

- En long terme, la demande et l'offre sont élastiques.



Parce que les locataires et les propriétaires ajustent leur comportement à cette politique, l'offre diminue, la demande augmente et la pénurie augmente.

10

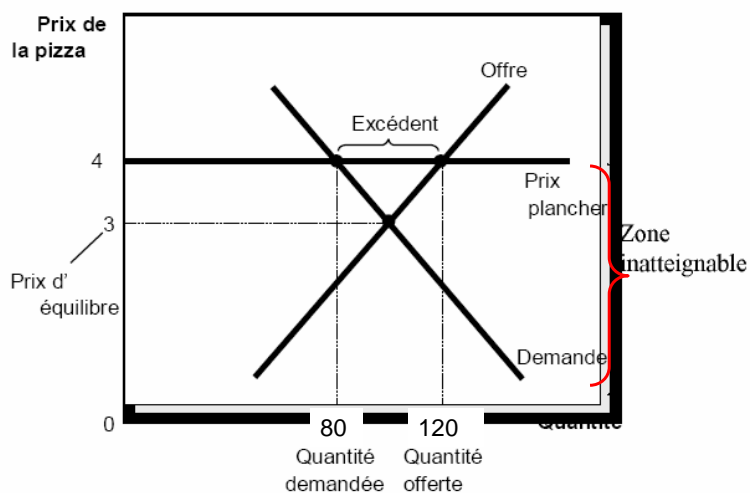
Plan du cours:

Introduction

1. Prix plancher et **prix plafond**
2. Applications
3. Equilibre du marché et bien-être
4. Efficacité du marché
5. Inefficacité du marché

11

Un prix plancher contraignant



Une politique de prix plancher n'est efficace que si ce prix est supérieur au prix d'équilibre

12

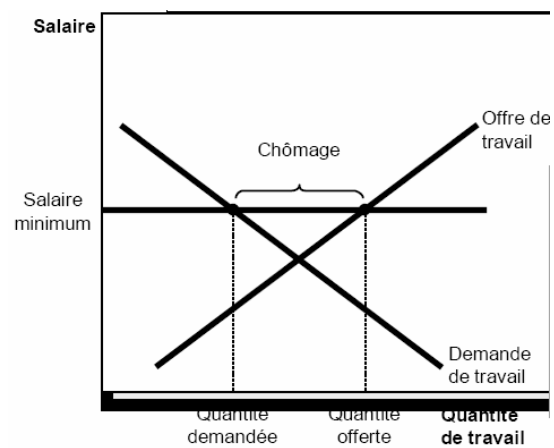
Plan du cours:

Introduction

1. Prix plancher et prix plafond
2. Applications
3. Equilibre du marché et bien-être
4. Efficacité du marché
5. Inefficacité du marché

13

2. Application B. le salaire minimum



14

Plan du cours:

Introduction

1. Prix plancher et prix plafond
2. Applications
3. Équilibre du marché et bien-être
4. Efficacité du marché
5. Inefficacité du marché

15

3. Equilibre du marché et bien-être

- Est-ce que l'équilibre du marché maximise le bien-être des acheteurs et des vendeurs?

C'est une question importante puisque l'équilibre du marché reflète la manière dont les marchés allouent les ressources rares.

C'est **l'économie du bien être** qui nous indique si une allocation des ressources sur un marché est désirable ou pas.

- C'est une **analyse normative !!!**

« *L'équilibre sur un marché compétitif maximise le bien être des acheteurs et des vendeurs: l'allocation des ressources est efficace* ».



Ici on ne dit pas que l'allocation est juste !!!

16

A. Le surplus du consommateur

- Indique le bénéfice (ou la satisfaction) qu'un consommateur obtient en participant à un marché.

Exemple: Je désire vendre mon ordinateur portable et 4 étudiants sont intéressés à l'acheter

Etudiant	Prix de réserve
Jacques	600
Sophie	525
Paul	200
Dominique	400

Prix de réserve ou volonté d'acheter: La valeur maximale que chaque étudiant est prêt à payer.



C'est une mesure de la valeur que quelqu'un place dans un bien ou un service.

Le surplus du consommateur est égale au prix de réserve d'un consommateur pour un bien moins le prix que cet acheteur paye pour ce bien.

17



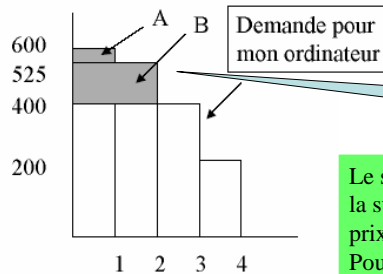
Imaginons que j'organise une « mini-vente aux enchère »:
 Partant d'un prix bas (180) et annonçant des prix de plus en plus
 élevés jusqu'à ce qu'il y ait plus qu'un seul acheteur.
 A quel prix mon ordinateur va-t-il être vendu?

Etudiant	Prix de réserve
Jacques	600
Sophie	525
Paul	200
Dominique	400

Réponse: 526
 Jacques achète l'ordinateur
 et fait un surplus du consommateur égale à ?
 $600 - 526 = 74$.

Si j'ai deux ordinateurs à vendre, le prix de
 vente est ???
 400
 et le surplus total des consommateurs est
 égale à ???

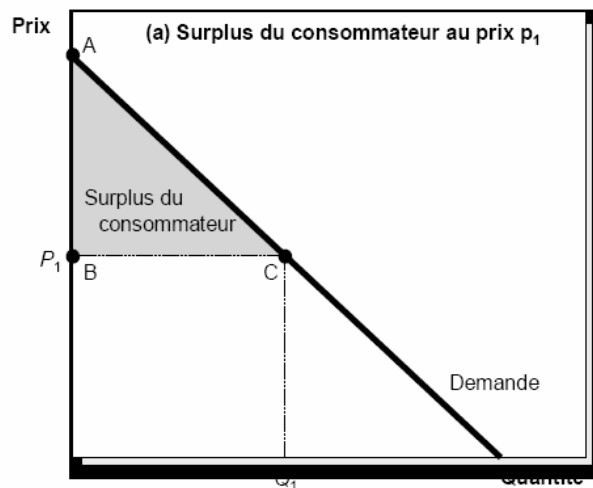
$$(600 - 400) + (525 - 400) = 325.$$



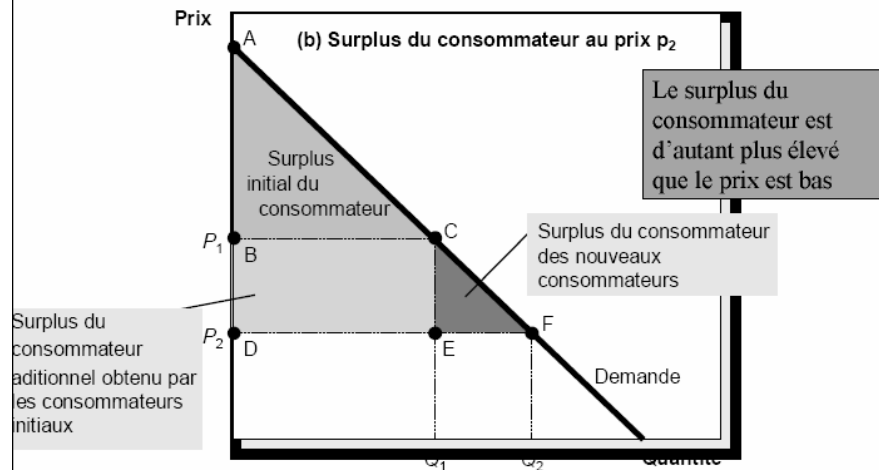
Le surplus du consommateur est représenté par
 la surface sous la demande mais au dessus du
 prix de vente
 Pour un ordinateur: $A = 75$
 Pour 2 ordinateurs: $A + B = 325$

19

Généralisation: La surface délimitée par la demande et le
 prix de vente mesure le surplus du consommateur sur un
 marché



Surplus du consommateur lorsque le prix baisse



Résumé

- Le **surplus du consommateur** mesure la satisfaction que les acheteurs obtiennent d'un bien ou d'un service telle que ces acheteurs la perçoive.
- Les consommateurs participant à un marché font toujours un **surplus du consommateur positif**.
- C'est généralement une bonne mesure de la satisfaction des consommateurs et par conséquent un bon guide pour évaluer l'effet de politiques économiques.

B. Surplus du producteur

- Indique quel est le bénéfice (ou la satisfaction) qu'un producteur obtient en participant a un marché.
- Le surplus du producteur* est égale au montant que le vendeur reçoit moins le coût du vendeur.

Exemple: Vous désirez engager quelqu'un pour vous donner des cours privés d'économie politique. Quatre personnes répondent à votre appel.

	Prix minimum acceptable par heure.
Florence	60Fr
René	50Fr
Jean	30Fr
Eric	25Fr

Basé sur leur coût d'opportunité

Vous organisez une mise aux enchères en acceptant de chacun d'eux une proposition de prix par heure de cours. Vous n'engagez qu'un seule personne. Qui vous donne ce cours et quel en est le prix?

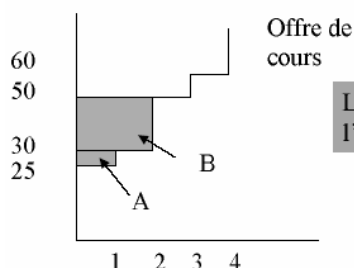
	Prix minimum acceptable par h.
Florence	60Fr
René	50Fr
Jean	30Fr
Eric	25Fr

Réponse:

Quel est le surplus du producteur obtenu par Eric?

Réponse:

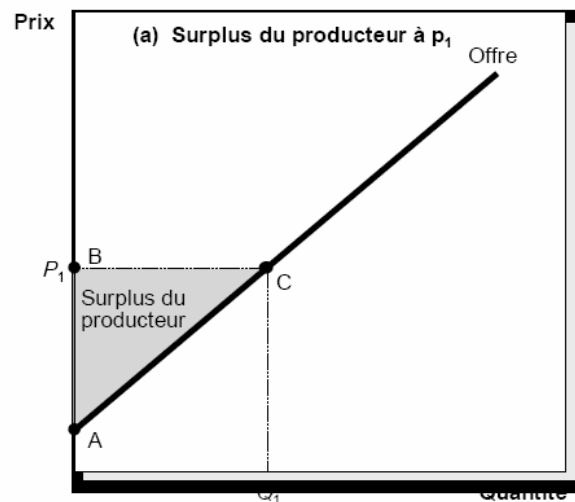
L'offre d'un bien/service reflète le prix minimum que les producteurs désirent recevoir.



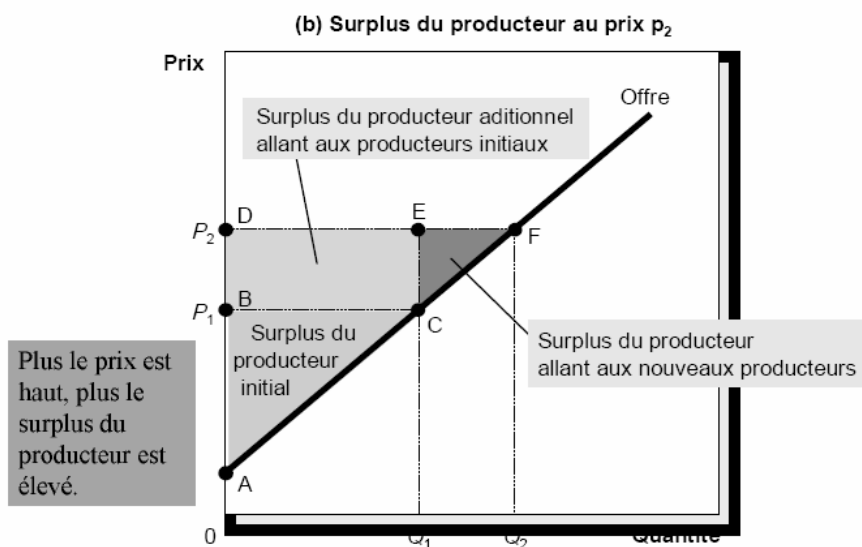
Le surplus du producteur est égale à la surface entre l'offre et le prix de vente

Si deux étudiants veulent prendre des cours, le prix par cours est de 50Fr et le surplus total du producteur est égale à 45Fr (A+B).

Généralisation: La surface délimitée par l'offre et le prix de vente mesure le surplus du producteur sur un marché.



Surplus du producteur lorsque le prix augmente



Plan du cours:

Introduction

1. Prix plancher et prix plafond
2. Applications
3. Équilibre du marché et bien-être
4. Efficacité du marché
5. Inefficacité du marché

27

4. Efficacité du marché

- L'allocation des ressources déterminée par l'équilibre d'un marché est-elle souhaitable du point de vue de la société?

Surplus du consommateur

= prix maximum que les acheteurs sont prêts à payer – Montant payé par les acheteurs

Surplus du producteur

= Montant reçu par les vendeurs – Coût des vendeurs

Surplus total

= Surplus du consommateur + Surplus du producteur

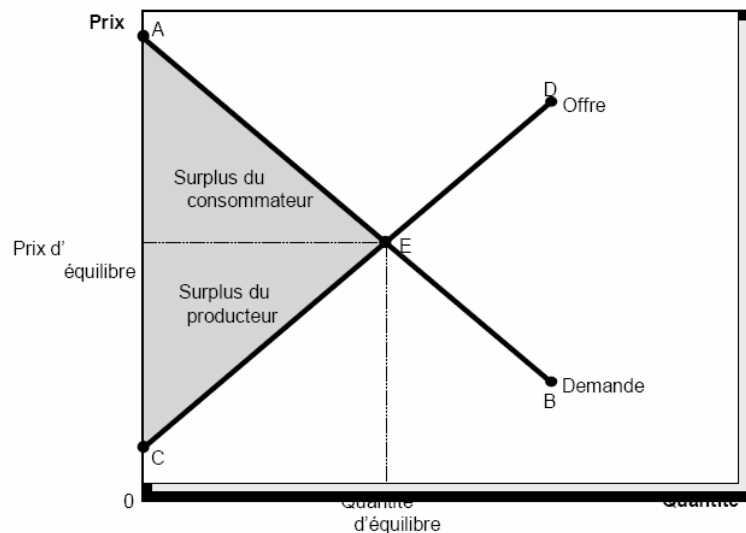
= Valeur auprès des acheteurs – Coût des vendeurs

Surplus total

= surface entre la demande et l'offre.

28

L'**efficacité** est la caractéristique d'une allocation des ressources qui maximise le surplus total reçu par tous les membres de la société.



29

Caractéristiques d'un marché efficace:

- Il alloue l'offre de biens aux consommateurs qui placent la valeur la plus élevée telle que mesurée par leur prix de réserve.
- Il alloue la demande pour un bien aux vendeurs qui peuvent produire au coût le plus bas.
- Il génère la quantité de biens qui maximise le surplus total.



Un planificateur n'est pas nécessaire pour obtenir ce résultat.

Un marché **efficace** n'est pas nécessairement un marché **équitable**.

30

Plan du cours:

Introduction

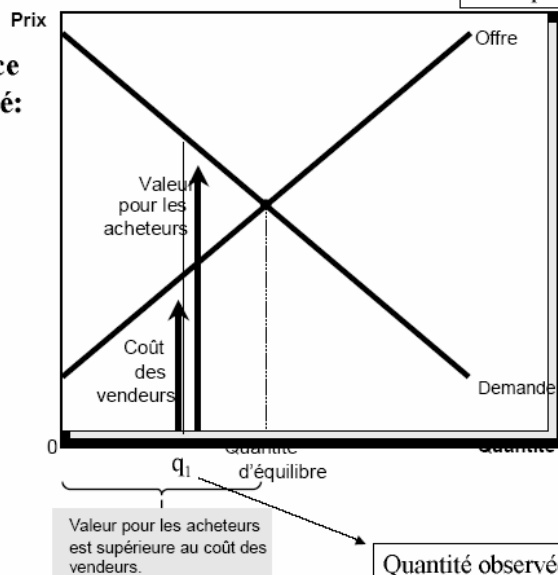
1. Prix plancher et prix plafond
2. Applications
3. Équilibre du marché et bien-être
4. Efficacité du marché
5. Inefficacité du marché

31

5. Inefficacité du marché

Tous les marchés ne sont pas efficaces.

Défaillance du marché: Cas 1



Accroître la quantité augmenterait le surplus total. Source possible du problème: pouvoir du marché.

Quantité observée

Défaillance du marché: Cas 2

