

CHAPITRE 2

LE MARCHE CONCURRENTIEL

M ROPERT – PROFESSEUR DE SES
SPECIALITE SES PREMIERE

CHAPITRE 2 : LE MARCHE CONCURRENTIEL

PLAN

I – LE MARCHE : INSTITUTION ET THEORIE

A – Le marché est une institution

1. Qu'est-ce qu'un marché ?
2. Le marché, un système d'échange marchand institutionnalisé

B - Les principes de la théorie des marchés concurrentiels

1. L'homo economicus
2. Les marchés sont régis par la concurrence

II - L'EQUILIBRE CONCURRENTIEL

A – La loi de l'offre et de la demande

1. La demande
2. L'offre

B - Equilibre et optimalité

1. L'équilibre du marché concurrentiel
2. Optimalité et autorégulation du marché

III – L'ENTREPRISE FACE AU MARCHE CONCURRENTIEL

Présentation

A - Les coûts de production

1. Coût fixe, cout variable, cout total
2. Cout moyen, cout marginal

B - De la recette aux bénéfices

1. Recette et prix
2. Volume de production et bénéfice

I – LE MARCHE : INSTITUTION ET THEORIE

A – Le marché est une institution

I. Définition

Doc I : Qu'est-ce qu'un marché ?

		
<i>Un marché à Oléron</i>	<i>Une agence ANPE à Colombes</i>	<i>La bourse de New-York</i>
		 <p>Bienvenue sur eBay</p> <p>Catégories</p> <ul style="list-style-type: none">An et AnimalerieAntiquités, Biens et PiècesBarbecue, Vélo,Beauté, Santé et Bien-êtreBeauté, Beaute, FashionBijoux, MontresBoissons et alcoolCoûteaux et CouteauxÉlectroménagerFilm et CinémaMusique, Instruments et MusiqueObjets d'Art et AntiquitésPréparations de MeublesJeux, Jouets et ÉlectroniqueJeux, Vidéo, ConsoleLinge de maisonLots, lotsMaison, Jardin, Bricolage <p>Nouveaux sur eBay ?</p> <p>Inscrivez-vous</p>
<i>Un hypermarché</i>	<i>Un marché au Togo</i>	<i>Page d'accueil d'e-bay.fr</i>

1. Quels sont les points communs et les différences entre les 6 photos ci-dessus ?
2. Quel(s) « produit(s) » sont proposés ?
3. Qui sont les individus qui fréquentent ces lieux et quelles sont leurs motivations ?
4. A quelle condition peuvent-ils revenir satisfaits de leur « déplacement » ?
5. A partir des caractéristiques communes à ces différents marchés, quelle définition générale du marché pouvez-vous proposer ?

I – LE MARCHE : INSTITUTION ET THEORIE

A – Le marché est une institution

I. Définition

Doc I : Qu'est-ce qu'un marché ?

- Un marché est lieu de rencontre entre une offre et une demande qui aboutit à la formation d'un prix.
- Le marché est à la fois un système économique, une économie de marché, mais aussi une théorie qui en explique le fonctionnement, la théorie des marchés concurrentiels (parfaits).

I – LE MARCHE : INSTITUTION ET THEORIE

A – Le marché est une institution

2. Le marché, un système d'échange marchand institutionnalisé

Doc 2 : Le marché est institutionnalisé

Même un pur mécanisme de marché ne peut fonctionner spontanément, par simple mise en présence d'acheteurs et de vendeurs. Il faut toujours un minimum de règles et, par conséquent, d'organismes chargés d'en vérifier l'application et de sanctionner les acteurs qui ne les respectent pas. Ces organismes sont des institutions, pas nécessairement publiques. [...] Il ne peut exister de coordination économique sans institutions, sans systèmes de droit et de réglementation et sans pouvoir de type judiciaire et de police pour faire respecter le droit. L'État et le droit sont indispensables au fonctionnement des mécanismes de marché. [...] Il est des domaines, en particulier s'il s'agit d'exercer une contrainte perçue comme violente, où l'institution régulatrice des marchés ne peut être que l'État, ou un organisme privé agissant par délégation de la puissance publique.

P.-N. Giraud, *Principes d'économie*, © Éditions La Découverte, 2016.

QUESTIONS

- 11. Expliquer.** Pourquoi le fonctionnement du marché nécessite-t-il l'établissement de règles ?
- 12. Analyser.** Quel est le rôle des institutions dans le fonctionnement du marché ?
- 13. Justifier.** Montrez que dans certains cas, c'est l'État qui doit établir les règles de marché.
- 14. Illustrer.** Donnez des exemples de règles indispensables au bon déroulement des échanges sur le marché.

I – LE MARCHE : INSTITUTION ET THEORIE

A – Le marché est une institution

2. Le marché, un système d'échange marchand institutionnalisé

Doc 2 : Le marché est institutionnalisé

- Le marché est aussi un lien social, un lien **d'échange marchand**, où les valeurs échangées sont estimées identiques. En économie monétaire cette valeur prend la forme d'un prix

Lien social : ce qui unit les individus entre eux, en groupe ou en société.

- Cependant il existe de multiples formes de lien non marchand à dimension économique : celle des sociétés premières, de la production domestique, de la production non marchande des administrations....
- Le marché est aussi une institution qui a besoin de règles pour fonctionner et des pouvoirs publics pour en contrôler le respect.

Institutions : ensemble de règles et d'organisations qui donne un cadre aux relations entre individus et permet leur coordination.

I – LE MARCHE : INSTITUTION ET THEORIE

B - Les principes de la théorie des marchés concurrentiels

I. L'homo economicus

- Comme les **ressources** sont rares ou limitées, les individus doivent faire constamment des choix sous contrainte de leurs ressources pour satisfaire leur utilité.

Utilité : capacité d'un B&S à nous procurer du plaisir, de la satisfaction.

- Ainsi, pour les économistes libéraux, théoricien du marché :
 - ❖ la science économique peut se définir comme la science des choix rationnels en univers de rareté.
 - ❖ L'Homme économique ou « homo economicus » est doué d'une rationalité forte qui lui permet d'optimiser l'utilisation des ressources et lui garantit de faire toujours le meilleur choix possible pour satisfaire son utilité.

La rationalité optimisatrice des AE

La rationalité optimisatrice des Agents Economiques

	Producteur	Consommateur
Maximisation de l'utilité	Profit	Satisfaction dans la consommation
Contrainte de ressources	Coût des facteurs de production (L,K)	Budget (Revenus)

I – LE MARCHE : INSTITUTION ET THEORIE

B - Les principes de la théorie des marchés concurrentiels

2. Les marchés sont régis par la concurrence

Doc 3 : Le modèle du marché en CPP

Le marché concurrentiel est celui sur lequel un agent individuel ne peut pas influencer les prix (il est *price taker*). On continue souvent de nos jours à évoquer un marché de concurrence parfaite [...], satisfaisant cinq conditions [...] : les agents sont trop petits et trop nombreux pour pouvoir influer sur les prix (propriété d'atomicité), les biens ne se distinguent que par leur prix (homogénéité), il est possible d'entrer et de sortir d'un marché sans coût (libres entrée et sortie), le travail et le capital circulent librement d'un secteur d'activité à l'autre (libre circulation) et tous les participants au marché disposent de toute l'information nécessaire (transparence de l'information). [...]

Dans la mesure où aucun marché concret ne fonctionne comme les marchés de concurrence parfaite décrits par la théorie, à quoi sert de les étudier ? C'est d'abord un modèle simple [...]. Or il n'est possible de raisonner facilement que sur un modèle simple. De plus, malgré cette simplicité, les économistes estiment que ce modèle capture des éléments importants du fonctionnement des marchés concurrentiels.

Arnaud PARIENTY, *Précis d'économie*,
La Découverte, 2017.



DÉFINITION

Preneur de prix

Sur un marché concurrentiel, les acteurs sont preneurs de prix. Cela signifie que le prix du marché s'impose à chacun des offreurs et des demandeurs, qui ne peuvent l'influencer. Ils ne peuvent que décider de la quantité qu'ils souhaitent vendre ou acheter pour ce prix.

- 1 Prenez le marché de la baguette de pain dans le quartier où vous habitez. Les conditions de la concurrence parfaite y sont-elles respectées ?
- 2 Pourquoi les agents individuels ne peuvent-ils pas influencer les prix sur un marché en concurrence parfaite ?
- 3 Pourquoi ce modèle simple mais souvent irréaliste est-il malgré tout utilisé ?

I – LE MARCHE : INSTITUTION ET THEORIE

B - Les principes de la théorie des marchés concurrentiels

2. Les marchés sont régis par la concurrence

Doc 3 : Le modèle du marché en CPP

- La concurrence doit être pure et parfaite (CPP) cad respecter 5 critères afin que tous les producteurs et consommateurs soient soumis au fonctionnement du marché.
- Dans ce cas ils sont preneurs de prix, "price taker", sans pouvoir de marché cad celui d'influencer le prix.

Tableau : Les 5 conditions de la CPP

Les 5 conditions de la Concurrence Pure et Parfaite (CPP)

Atomicité du marché	Les AE sont nombreux et de petite taille . Ils ne peuvent agir sur les conditions de fonctionnement du marché, ils sont « Price taker ».
Homogénéité du produit	Tous les produits d'une même catégorie sont rigoureusement identiques, comme « les grains d'un sac de blé ».
Libre entrée sur le marché (fluidité)	Le marché est ouvert à la concurrence, n'importe quel producteur peut s'y installer.
Transparence du marché	Les AE connaissent toutes les informations concernant les produits (qualité, quantités offertes et demandées par rapport au prix...). Les informations sont disponibles, circulent et ne coûtent rien.
Mobilité des facteurs de production	Travail et capital doivent pouvoir se déplacer d'une activité à l'autre sans entraves. Si une activité devient moins rentable, les facteurs sont transférés vers une autre activité plus rémunératrice.

II - L'EQUILIBRE CONCURRENTIEL

A – La loi de l'offre et de la demande

I. La demande

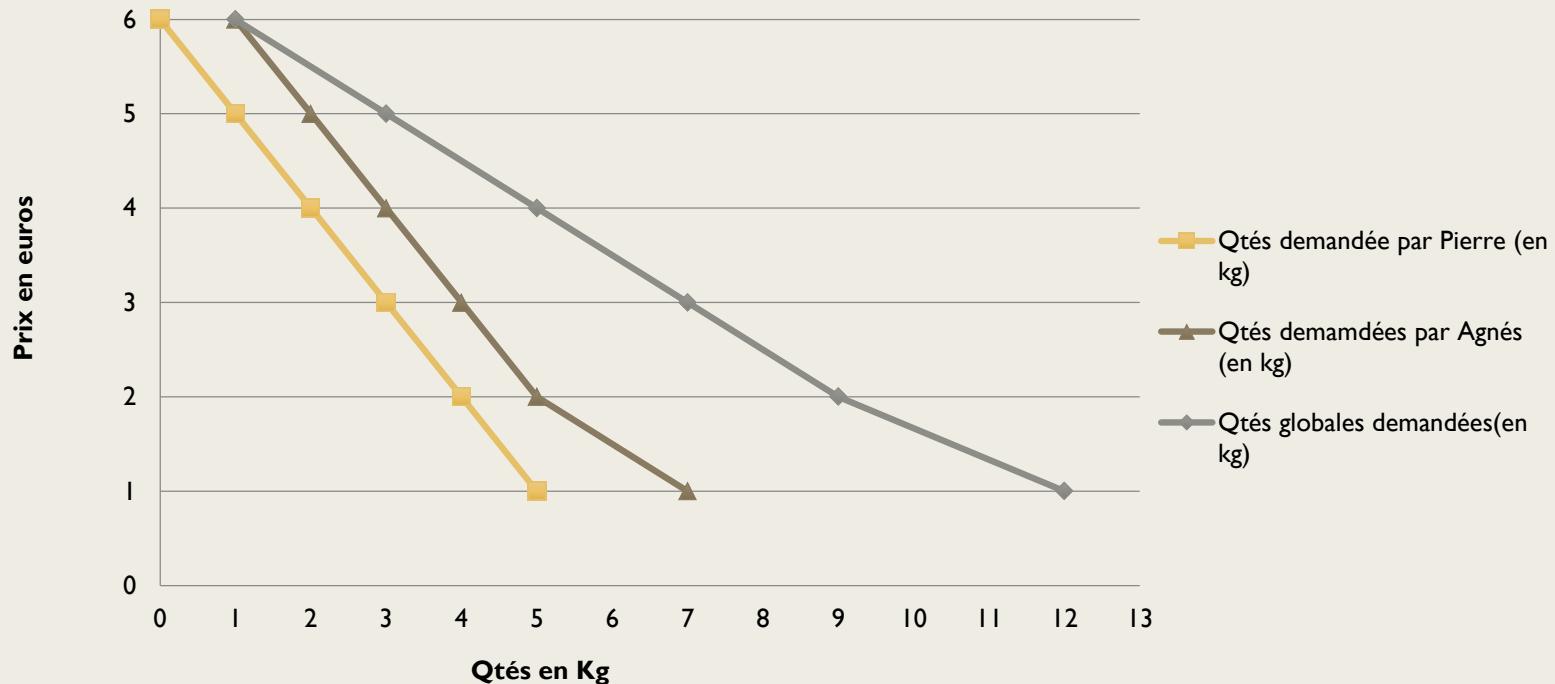
- La demande est la quantité d'un bien qu'un AE désire acquérir à un prix donné. Pour un prix donnée la demande individuelle dépend du budget (revenu) et des goûts de chaque acheteur. La demande globale est la somme des demandes individuelles.
- La demande obéit à la loi de la demande : généralement la demande est fonction décroissante du prix.
- Représentation Graphique de la demande :
 - ❖ La courbe est décroissante en raison de la loi de l'utilité marginale décroissante : l'utilité d'un bien, ici la satisfaction qu'il procure dans la consommation, décroît quand les quantités consommées augmentent (on arrive à un état de satiété des besoins, ex: la tablette de chocolat)
 - ❖ Sa pente est plus ou moins forte en fonction de la substituabilité plus ou moins forte du bien considéré à un autre bien (ex: forte substituabilité de la brioche au croissant, faible substituabilité cad complémentarité du carburant automobile)

La demande du marché de la pomme

La demande sur le marché de la pomme

Prix (en Euros)	Qtés demandée par Pierre (en kg)	Qtés demandées par Agnés (en kg)	Qtés globales demandées (en kg)
1	5	7	12
2	4	5	9
3	3	4	7
4	2	3	5
5	1	2	3
6	0	1	1

Demande sur le marché de la pomme



II - L'EQUILIBRE CONCURRENTIEL

A – La loi de l'offre et de la demande

2. L'offre

- L'offre est la quantité d'un bien qu'un AE désire vendre sur un marché à un prix donné.
Pour un prix donné l'offre individuelle dépend des coûts de production des vendeurs.
L'offre globale est la somme des offres individuelles.

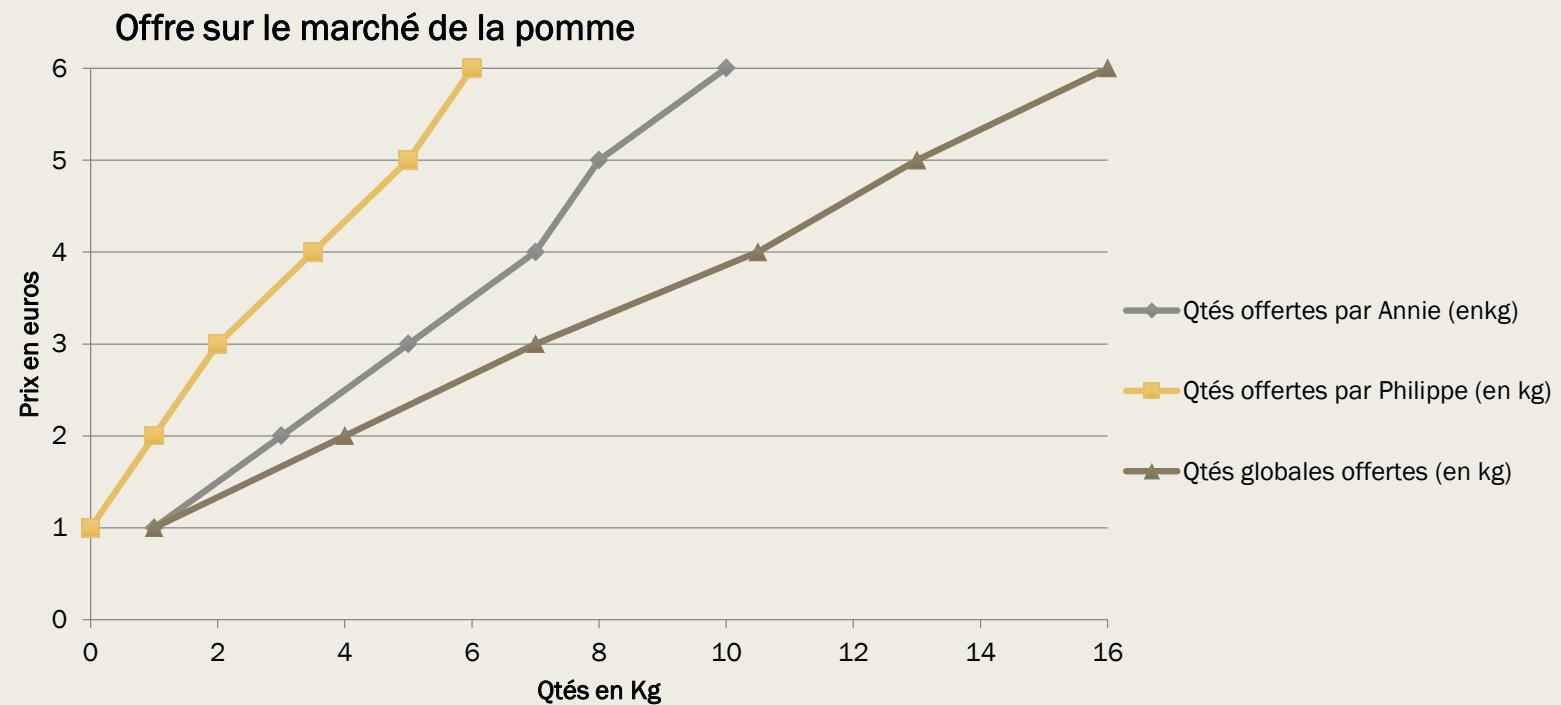
La loi de l'offre : généralement l'offre est fonction croissante des prix.

- Représentation Graphique de l'offre :
- ❖ La courbe est croissante car le coût marginal, cad de la dernière unité produite, est croissant (**Voir C-I**)
- ❖ Sa pente est plus ou moins forte en fonction de la possibilité plus ou moins grande d'accroître rapidement les facteurs de production (ex : faible accroissement pour les bois centenaires, fort pour les livres).

L'offre du marché de la pomme

L'offre sur le marché de la pomme

Prix (en Euros)	Qtés offertes par Annie (en kg)	Qtés offertes par Philippe (en kg)	Qtés globales offertes (en kg)
1	1	0	1
2	3	1	4
3	5	2	7
4	7	3,5	10,5
5	8	5	13
6	10	6	16



II - L'EQUILIBRE CONCURRENTIEL

B - Equilibre et optimalité

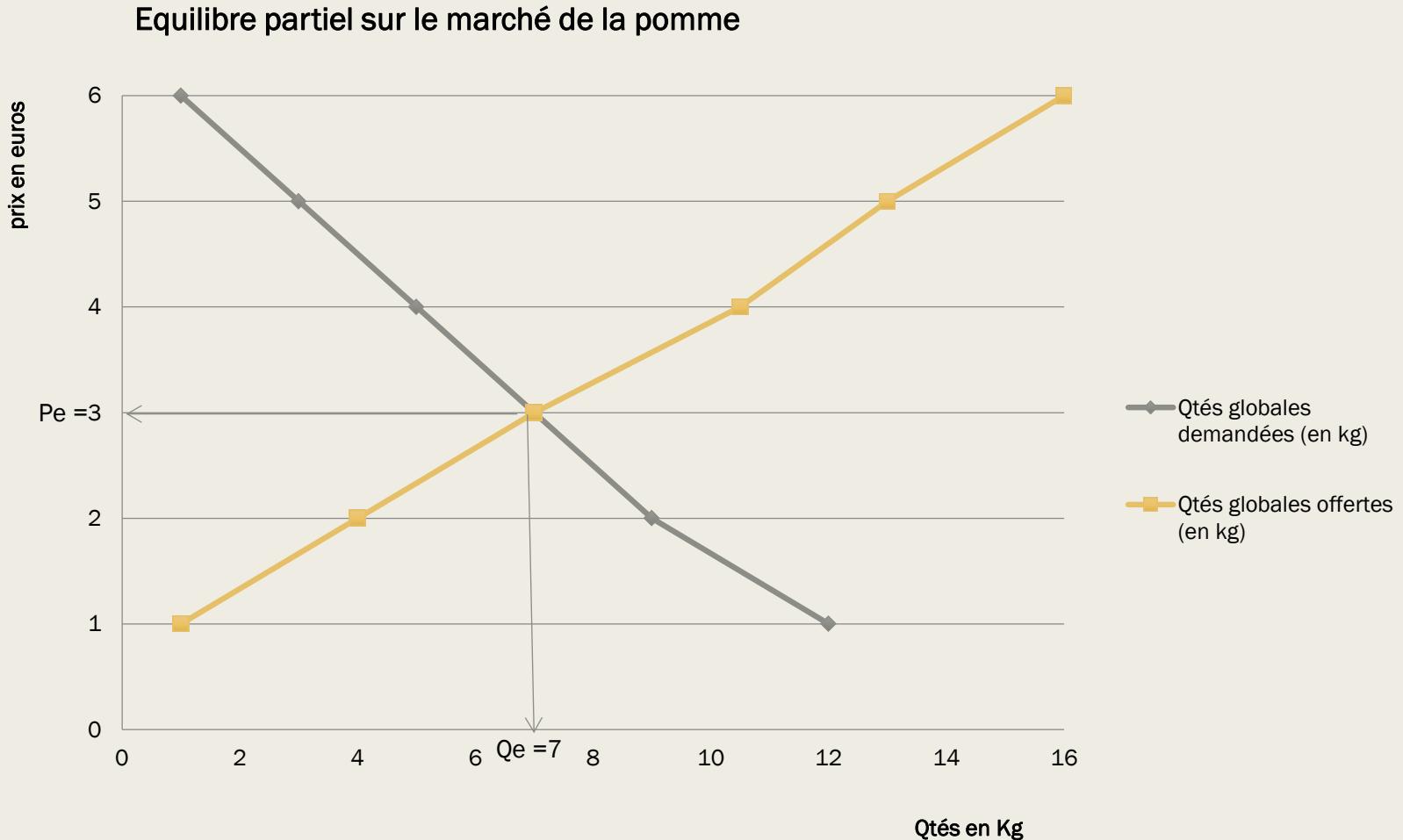
I. L'équilibre du marché concurrentiel

- La concurrence et la loi de l'offre et de la demande permettent l'équilibre du marché concurrentiel.
- L'égalisation des offres et des demandes globales conduit à un équilibre déterminé par un prix d'équilibre Graphiquement, c'est le point de rencontre des offres et des demandes globales : $E = (Q_e, P_e)$

L'équilibre partiel du marché de la pomme

Exercice 1: « le marché de la fraise bio »

L'équilibre partiel sur le marché de la pomme



Exercice I: « le marché de la fraise bio »

L'offre prévisionnelle de fraises organiques cultivées sur le territoire français est présentée dans le tableau ci-dessous.

Prix du kilo de fraises (en euros)	Quantité de fraises offertes (en tonnes)
25	80
20	70
15	60
10	50
5	40

Les fraises organiques sont uniquement vendues sur le marché français. La demande prévisionnelle de fraises organiques est présentée dans le tableau ci-dessous.

Prix du kilo de fraises (en euros)	Quantité de fraises demandées (en tonnes)
25	20
20	40
15	60
10	80
5	100



1. Comment évoluent respectivement l'offre et la demande prévisionnelle de fraises organiques en fonction du prix ?
2. Tracez sur un même graphique la courbe d'offre et la courbe de demande de fraises organiques et déterminez graphiquement le prix et la quantité d'équilibre sur ce marché.
3. À partir du graphique, déterminez quelles sont les quantités offertes et demandées lorsque le prix du kilo de fraises sur le marché passe à 20 euros, à 10 euros.

II - L'EQUILIBRE CONCURRENTIEL

B - Equilibre et optimalité

2. Optimalité et autorégulation du marché

a) Surplus et gain à l'échange:

Doc 4 : Vidéo Surplus et gain à l'échange

Question 1 : À quoi correspond le surplus du producteur ?

Question 2 : Sur la représentation graphique d'un marché, quelle aire correspond au surplus du producteur ?

Question 3 : À quoi correspond le surplus du consommateur ?

Question 4 : Sur la représentation graphique d'un marché, quelle aire correspond au surplus du consommateur ?

Question 5 : Qu'est-ce que le surplus total ?

Question 6 : À quel moment le surplus total est-il maximisé ?

Question 7 : Qu'entend-on par « gains à l'échange » ?

II - L'EQUILIBRE CONCURRENTIEL

B - Equilibre et optimalité

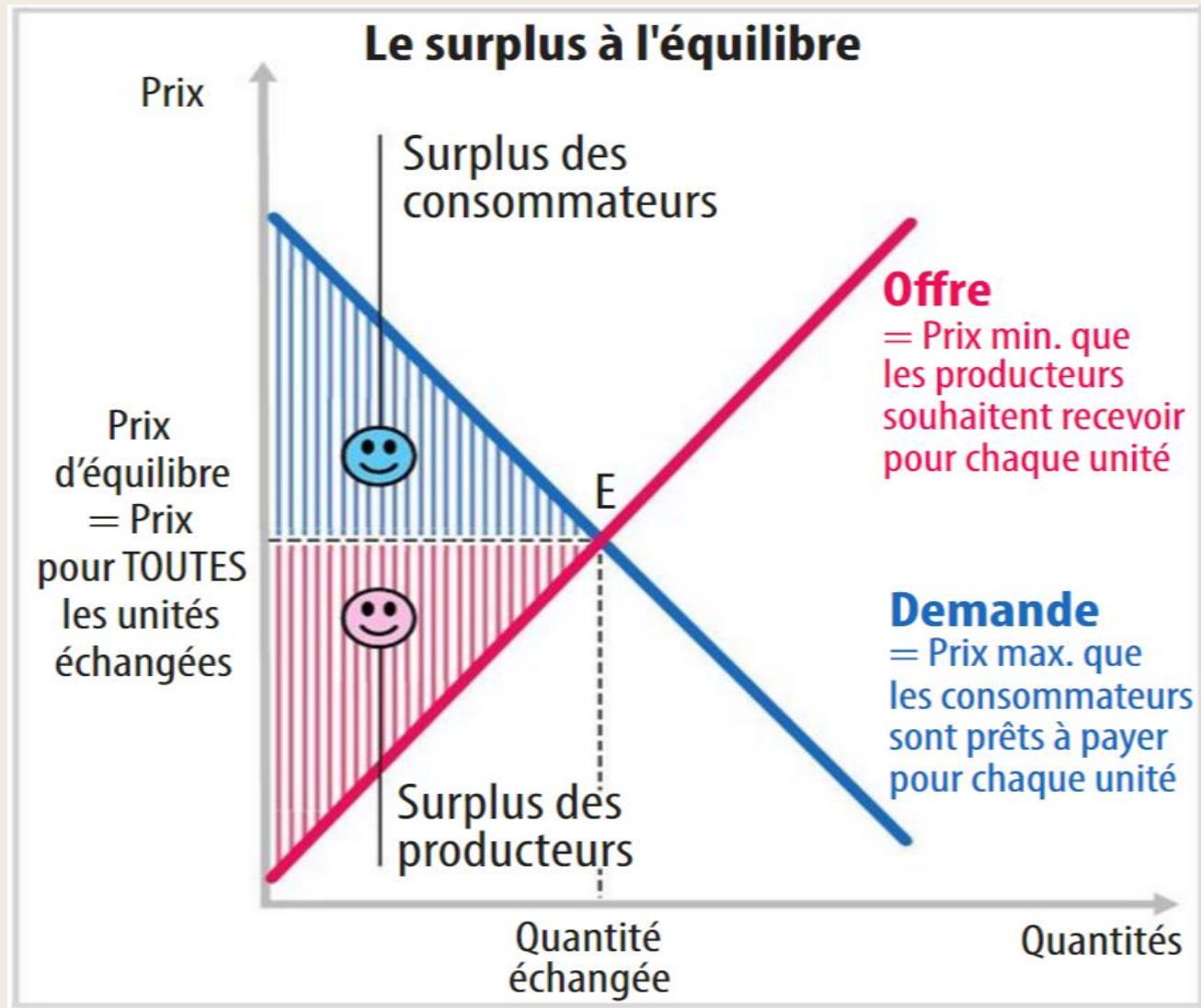
2. Optimalité et autorégulation du marché

a) Surplus et gain à l'échange:

- Quand le marché est en équilibre le surplus du consommateur et du producteur sont maximisés, le gain à l'échange est maximum. Conséquence, il n'y a pas de surproduction, de sous consommation, l'utilité du producteur et du consommateur est maximale.
- Pour les économistes libéraux le marché assure alors l'optimum économique (efficacité économique maximale) car l'allocation des ressources est alors elle-même optimale (meilleure utilisation possible des facteurs de la production travail et capital pour le producteur, du budget pour le consommateur, pas de gaspillage).

Surplus et gain à l'échange

surplus et gain à l'échange



II - L'EQUILIBRE CONCURRENTIEL

B - Equilibre et optimalité

2. Optimalité et autorégulation du marché

b) Stabilité de l'équilibre:

- De plus, l'équilibre est stable dans le temps grâce à la variation du prix. En effet, selon la loi de l'O/D : Si $O > D$, P_x baisse, Si $O < D$, P_x monte. Dans les deux cas, on revient au P_e .
- Donc les quantités O/D s'ajustent en permanence par la variation du prix, mue par la loi de l'O/D. Conséquence, pour les économistes libéraux, le marché est autorégulé, l'Etat ne doit pas intervenir dans l'économie, il faut « laisser faire laisser passer ».

Attention :

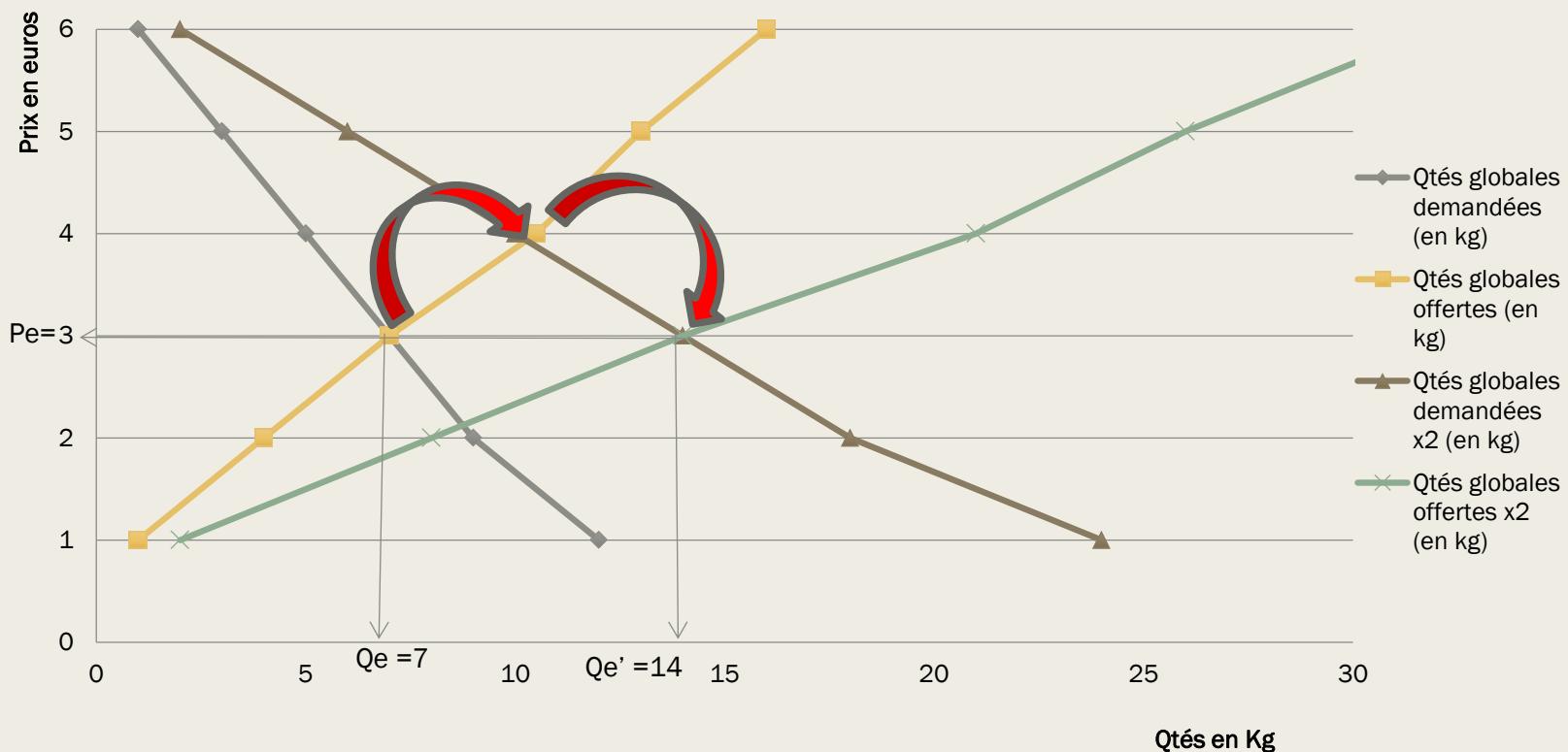
- Une modification du prix implique un déplacement sur la courbe de demande (ou d'offre). Vers le haut pour une hausse de prix, vers le bas pour une baisse.
- Une modification de la quantité demandée (ou offerte) pour un niveau de prix donné implique que la courbe se déplace. Vers la droite pour une hausse des quantités O/D , vers la gauche pour une baisse.

La stabilité de l'équilibre sur le marché de la pomme

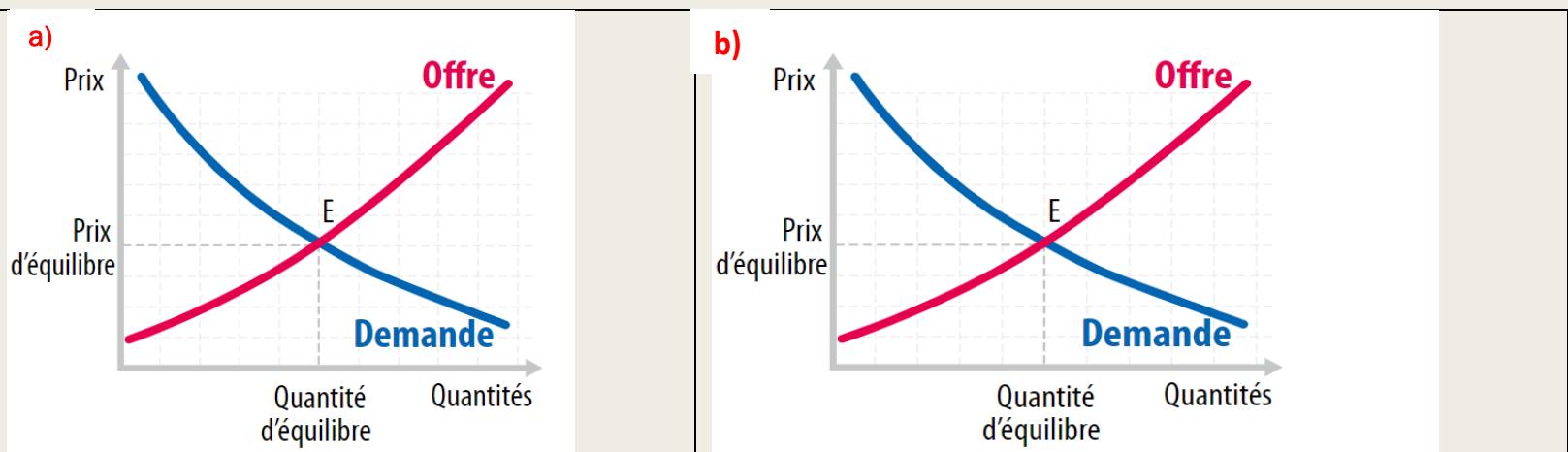
Exercice 2: « stabilité de l'équilibre du marché concurrentiel »

La stabilité de l'équilibre sur le marché de la pomme

L'effet d'une hausse durable de la demande de pomme



Exercice 2: la stabilité de l'équilibre sur le marché de la pomme



- Sur le graphique a) indiquez un prix supérieur au prix d'équilibre. L'offre est-elle alors supérieure ou inférieure à la demande ? Comment va alors varier le prix pour revenir à l'équilibre E ?
- Complétez le tableau suivant :

Niveau du prix	Situation sur le marché	Conséquence sur le prix
Prix trop bas	>	
Prix d'équilibre	Équilibre : offre = demande	Prix stable
Prix trop élevé	>	

- Sur le graphique b), indiquez pour chacune des deux situations ci-dessous comment évoluent les quantités échangées et le prix en déplaçant les courbes d'offre et de demande.
 - La pomme connaît un engouement, la demande augmente
 - Des gelés répétitives réduisent la récolte de pomme, l'offre diminue
- Comment vont se fixer les quantités et les prix d'équilibre à terme dans le premier cas ?

II – L’ENTREPRISE FACE AU MARCHÉ CONCURRENTIEL

Présentation

- L’entreprise produit dans le but de faire les bénéfices les plus élevés possibles.
- Pour cela elle cherche, par un calcul économique, les quantités à produire qui lui permettent de maximiser ses bénéfices compte-tenu du prix du marché et de ses coûts de production.

II – L'ENTREPRISE FACE AU MARCHÉ CONCURRENTIEL

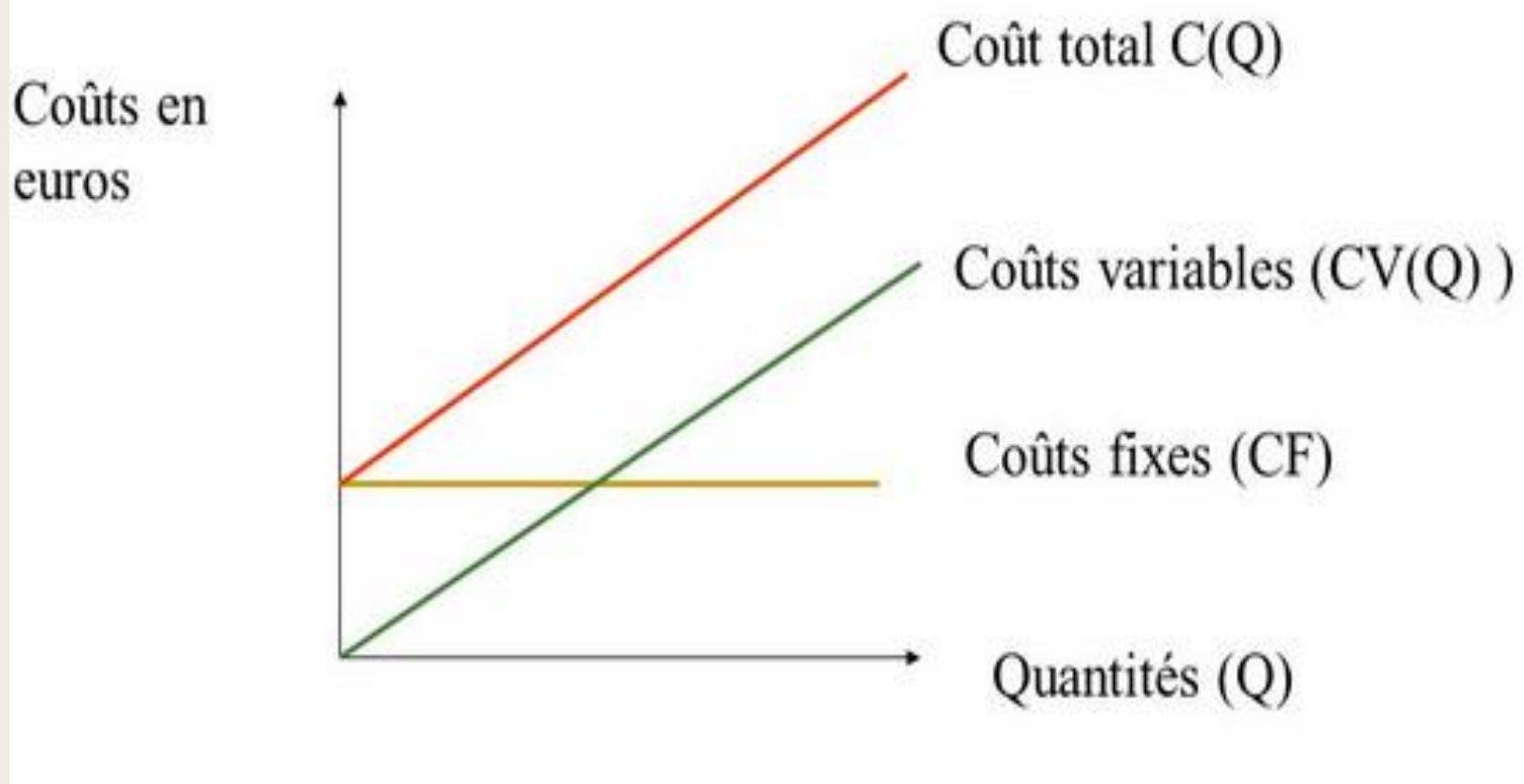
A - Les coûts de production

I. Cout fixe, cout variable, cout total

- Coût variable, $Cv(q)$: cout croissant des quantités. Ex: capital circulant et rémunération des salariés
- Cout fixe, Cf : cout indépendant des quantités. Ex : Capital fixe
- Cout Total, $CT(q)$: ensemble des coûts de l'entreprise, croissant des quantités : $Ct(q) = Cf + Cv(q)$

RG des coûts: total, fixe et variable

Représentation graphique du coût total, fixe et variable de l'entreprise



II – L'ENTREPRISE FACE AU MARCHÉ CONCURRENTIEL

A - Les coûts de production

2. Cout moyen, cout marginal

- Le CM ou CTU, c'est le coût en moyenne d'une unité.

$$CM(q) = \frac{CT(q)}{q}$$

- Le Cm, c'est le coût de la dernière (ou des n dernières) unité produite, le supplément de coût engendré par un supplément de production.

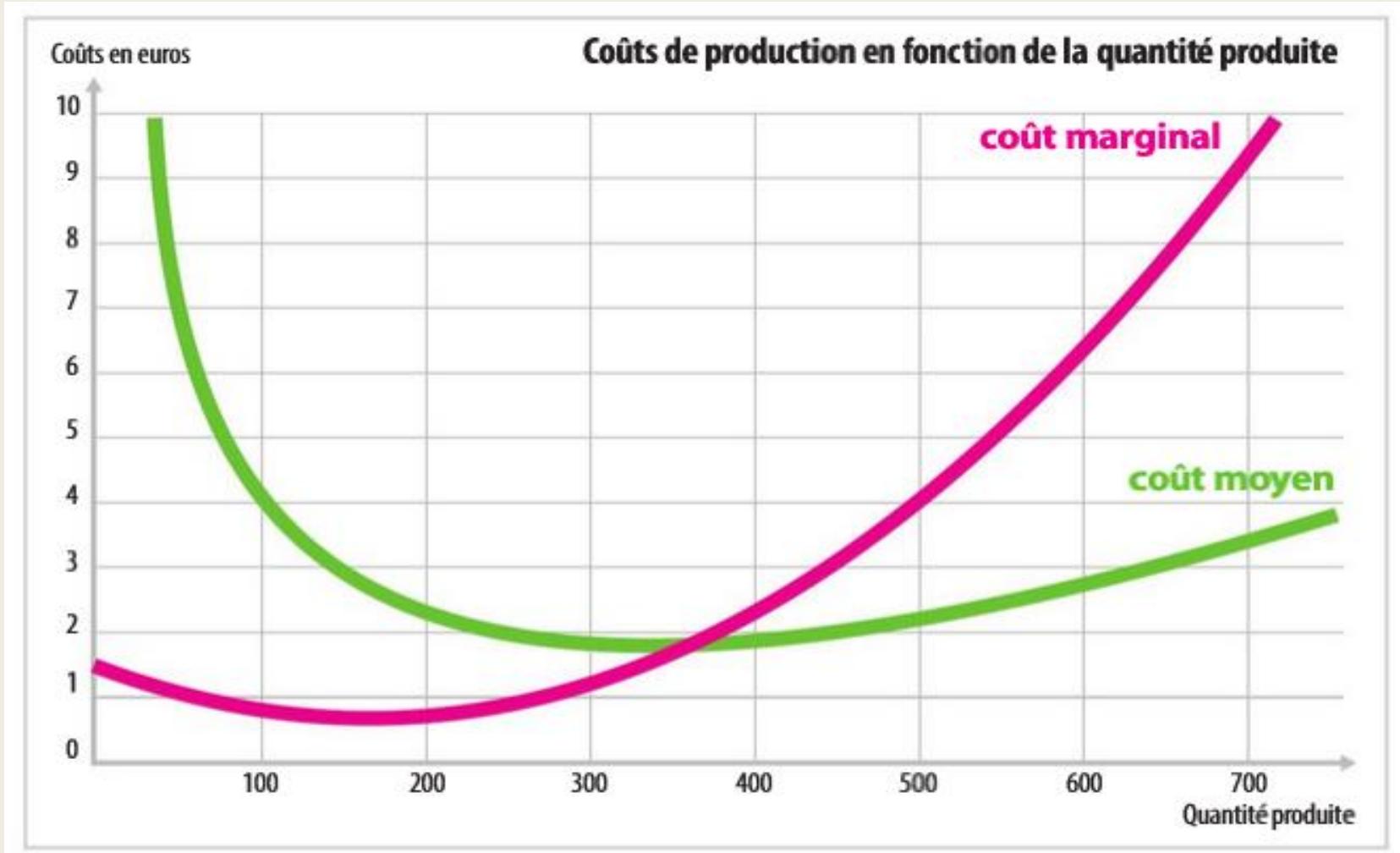
$$Cm(q) = CT(q) - CT(q-1)$$

- CM et Cm sont finalement croissants des quantités, le Cm coupe le CM en son minimum. Leur forme est liée à la loi des rendements décroissants.
- Loi des rendements décroissants : quand l'un des facteurs est fixe, l'accroissement des quantités de l'autre facteur entraîne à terme un supplément de production de moins en moins grand (décroissant).

RG des coûts moyen et marginal

Exercice 3: L'entreprise « jus d'orange »

Représentation graphique du coût moyen et marginal de l'entreprise



Exercice 3: l'entreprise « jus d'orange »

► Alix propose des bouteilles artisanales «100% jus d'orange sanguine». Elle observe que ses coûts fixes qui incluent le loyer de son bar à jus, son matériel (pressoir, réfrigérateur...) s'élèvent à 3 euros de l'heure. Ses coûts variables composés notamment du coût des oranges sanguines et de bouteilles en verre évoluent comme l'indique le tableau ci-contre.

Nombre de litres de jus d'orange (par heure)	Coût fixe (par heure)	Coût variable (par heure)
0	3€	0€
1	3€	5€
2	3€	10€
3	3€	15€
4	3€	20€
5	3€	25€
6	3€	40€
7	3€	55€
8	3€	70€

- 1 Reproduisez le tableau, rajoutez et complétez les colonnes suivantes: coût total, coût marginal, coût moyen.
- 2 Expliquez l'évolution des colonnes «coût variable» et «coût moyen».
- 3 Si Alix vend son litre de jus d'orange sanguine à 6 euros, à partir de combien de litres le prix de revient de chaque litre supplémentaire devient-il trop élevé?

II – L'ENTREPRISE FACE AU MARCHÉ CONCURRENTIEL

B - De la recette aux bénéfices

I. Recette et prix

- La recette totale ou Chiffre d'affaires représente ce que rapporte la production à l'entreprise. $RT(q) = P*q$
- Sur un marché concurrentiel, les AE sont preneurs de prix, donc le prix de vente du marché représente pour l'entreprise sa recette moyenne (RM), puisque c'est en moyenne ce que rapporte chaque unité mais aussi sa recette marginale (Rm), puisque c'est ce que lui rapporte la dernière unité vendue.

Attention : le prix est indépendant des quantités car le producteur est « price taker » ... Le prix se représente par une droite parallèle à l'axe des abscisses.

II – L'ENTREPRISE FACE AU MARCHÉ CONCURRENTIEL

B - De la recette aux bénéfices

2. Volume de production et bénéfice

- La recherche du bénéfice maximum détermine le volume de production optimal cad les quantités produite q^* .
- Le bénéfice ou profit s'écrit : $\mathbf{BT(q) = RT(q) - CT(q)}$,
- si $BT(q)>0$ c'est un bénéfice, si $BT(q)<0$, c'est une perte.
- Ainsi la production optimale q^* est celle qui procure le maximum de bénéfice. Elle s'obtient quand :

$Bm(q) = 0$ cad quand $Rm - Cm(q) = 0$ cad quand :

$$\underline{\mathbf{Cm(q) = P}} \quad (\text{car } P = Rm)$$

Attention : à LT les entreprises sont censées entrer sortir du marché jusqu'à ce que les profits soient nuls !!! On a : $Cm(q) = P = \text{MinCM}$

Exercice 4: l'entreprise Jet ski

Exercice 4: l'entreprise de jet ski (maximisation du profit)

1

EXERCICE

Une entreprise de jet skis qui fait des profits ?

POUR COMMENCER

Une entreprise fabrique des Jet skis qu'elle vend 13 000 euros pièce. L'année dernière, elle en a vendu 400. Calculez son profit sachant que ses coûts ont la structure suivante.

Coûts

Salaires (et cotisations sociales)	800 000 euros
Achat de consommations intermédiaires	3 000 000 euros
Eau, gaz, électricité, téléphone, télécopie...	100 000 euros
Loyer de l'usine	200 000 euros
Loyer des machines	80 000 euros
Autres dépenses (assurances...)	20 000 euros

Les recettes que l'entreprise obtient en vendant ses produits sont égales à la quantité vendue multipliée par le prix. Les coûts d'une entreprise sont égaux aux dépenses totales effectuées pour produire ces biens. Le profit correspond à la différence entre les recettes et les coûts.



Quel profit cette entreprise de jet skis a-t-elle réalisé l'année dernière ?

Exercice 4: l'entreprise de jet ski (maximisation du profit)

2 EXERCICE

Choisir le niveau de production qui maximise le profit

Pour une entreprise il n'est pas forcément rentable d'augmenter sans cesse sa production. L'entreprise n'a donc intérêt à augmenter sa production que si la recette marginale qui en résultera est supérieure ou égale au coût marginal engendré. Dans le cas contraire, elle n'a pas intérêt à produire davantage. En situation de concurrence, elle maximise son profit en choisissant le niveau

de production pour lequel le coût marginal est égal à la recette marginale.

L'entreprise produisant les Jet skis présente la structure de coûts suivante. Le prix de vente est toujours de 13 000 euros par unité. Elle doit déterminer combien de séries de 100 Jet skis il est pertinent de produire.

Nombre de séries de 100 unités de Jet ski	Quantités produites	Recette Totale (RT)	Recette marginale (Rm)	Coût total (CT)	Coût marginal (Cm)	Coût moyen (CM)	Bénéfice total (BT)
0	0	0	-	1 000 000	-	-	-
1	100	1 300 000	-	2 000 000	-	-	-
2	200	-	-	2 800 000	-	-	-
3	300	-	-	3 400 000	-	-	-
4	400	-	-	4 200 000	-	-	-
5	500	-	-	5 300 000	-	-	-
6	600	-	-	6 600 000	-	-	-
7	700	-	-	8 100 000	-	-	-
8	800	-	-	9 800 000	-	-	-



- Quels sont les coûts fixes et variables de cette entreprise pour 1 unité (100 jet skis) ?
- Reproduisez et complétez le tableau.
- Quel est le niveau de production pertinent pour cette entreprise ?

C'EST FINI!!!!

