

Comment se forment les prix sur un marché ?

« Prix » et « marché » sont des mots faisant partie du langage courant mais ils sont aussi des notions dont la place est centrale dans l'analyse économique. Dans ce chapitre, nous allons, grâce à l'apport de la science économique, illustrer la notion de marché par des exemples puis montrer que, grâce à un modèle simple, il est possible de comprendre comment se fixe et s'ajuste le prix sur un marché et se détermine ainsi l'équilibre. Nous verrons enfin que celui-ci peut être modifié lors de la mise en place d'une taxe ou d'une subvention.

Objectif d'apprentissage 1 : Savoir illustrer la notion de marché par des exemples.

Nous croisons dans la vie de tous les jours une multitude de marchés. La période des fêtes de fin d'année est par exemple l'occasion d'en mettre en lumière un certain nombre. Les marchés traditionnels de Noël sont le lieu, dans de nombreuses villes et de nombreux villages, où des personnes vont acheter aux marchands présents divers produits comme des décorations, des bijoux, des boissons chaudes, des plats cuisinés, des tickets pour un manège, etc. Pour acheter des cadeaux, de plus en plus de transactions se réalisent via des plateformes (Amazon, Leboncoin, Alibaba, etc.) qui mettent en relation, sans rencontre physique, des acheteurs et des vendeurs. Les voyageurs qui se rendraient de Nice à Paris peuvent se procurer leur billet d'avion sur le site d'Air-France ou sur le site d'EasyJet. Pour ceux qui préfèrent le train, le site de la SNCF ou les boutiques en gare pourront leur permettre d'acheter un billet.

Les marchés peuvent ainsi se distinguer essentiellement par la nature des produits échangés (tour de grande roue, smartphone, billet de train, etc.), par la dimension dans laquelle s'inscrivent les rencontres entre acheteurs et vendeurs (locale pour le marché de Noël, nationale pour les billets Nice-Paris, ou mondiale pour les smartphones) ou par leur caractère physique ou dématérialisé. Toutes les transactions peuvent s'y réaliser si *une valeur d'échange généralement exprimée en monnaie (euros, dollars, etc.)*, appelée **prix**, est fixée.

Ainsi chaque **marché** a pour caractéristique d'être *un espace de rencontre, physique ou dématérialisé, entre des acheteurs et des vendeurs menant à la détermination d'un prix*.

Objectif d'apprentissage 2 : Comprendre que dans un modèle simple de marché des biens et services, la demande décroît avec le prix et que l'offre croît avec le prix et être capable de l'illustrer.

Pour étudier les marchés concrets, c'est-à-dire comprendre comment se fixe le prix et comment se comportent les acheteurs et les vendeurs, il existe un modèle simple. Dans celui-

ci, on considère que chaque marché correspond au lieu d'échange d'un même produit, bien ou service. Un **bien** est *un produit matériel et stockable* comme un ordinateur, une pomme ou une chaise. Un **service** est *un produit immatériel et non stockable* comme une coupe de cheveux, un tour de manège ou une consultation chez le médecin.

Dans ce modèle simple de marché, plusieurs acheteurs, appelés aussi demandeurs, rencontrent plusieurs vendeurs, appelés aussi offreurs. La **demande** correspond à *la quantité d'un bien ou d'un service que les acheteurs souhaitent et sont capables de payer à différents prix*. L'**offre** correspond à *la quantité d'un bien ou service que les vendeurs souhaitent et sont capables de vendre à différents prix*.

La demande décroît avec le prix, c'est-à-dire que lorsque le prix d'un bien ou service augmente, la quantité demandée de ce produit diminue¹. Ainsi, plus un produit est cher, moins les acheteurs veulent s'en procurer.

On peut illustrer cette affirmation à partir de l'exemple présenté dans le tableau suivant. Pour chaque prix proposé, Pierre et Sonia veulent et sont capables (ils en ont les « moyens ») de se procurer une quantité donnée d'un bien, ici un paquet de chocolats. A un prix de 1 euro le paquet, Pierre souhaite et est capable d'acheter 10 paquets, Sonia 11. A un prix de 4 euros le paquet, sont respectivement associées les quantités demandées de 4 et 2. On voit bien ici que plus le prix augmente, moins Pierre et Sonia veulent acheter de paquets de chocolats. Ainsi, la demande, soit la somme des quantités demandées par Pierre et Sonia, diminue lorsque le prix augmente. Si le prix est de 1 euro, la demande est de 21 paquets, de 6 si le prix est de 4 euros.

Prix en Euros	Quantité demandée par Pierre	Quantité demandée par Sonia	Demande
1	10	11	21
2	8	8	16
3	6	5	11
4	4	2	6
5	2	0	2

L'offre croît avec le prix, c'est-à-dire que lorsque le prix d'un bien ou service augmente, la quantité offerte de ce produit augmente. Ainsi, plus un produit est cher, plus les vendeurs veulent en vendre.

Dans le tableau suivant, à chaque prix proposé est associée la quantité de paquets de chocolats que l'entreprise 1 (E1) et l'entreprise 2 (E2) souhaitent et sont capables de vendre. A un prix de 1 euro le paquet, E1 ne veut vendre aucun paquet et E2 1 paquet. A un prix de 5 euros le paquet, les quantités offertes seront respectivement de 12 et 9 paquets. On voit ici que plus le prix augmente, plus E1 et E2 veulent vendre de paquets de chocolats. Ainsi, l'offre,

¹ Le raisonnement mené ici est « toutes choses égales par ailleurs », ce qui signifie que nous ne tenons compte pour expliquer l'évolution de la demande ou de l'offre que de l'évolution du prix bien qu'il existe d'autres éléments pouvant jouer sur celles-ci (par exemple le budget dont dispose chaque acheteur ou ses goûts ; par exemple les coûts de production pour les vendeurs).

qui est la somme des quantités que E1 et E2 veulent vendre, augmente lorsque le prix croît. A un 1 euro le paquet, l'offre est de 1 paquet. Elle est de 21 paquets pour un prix de 5 euros.

Prix en Euros	Quantité offerte par E1	Quantité offerte par E2	Offre
1	0	1	1
2	3	3	6
3	6	5	11
4	9	7	16
5	12	9	21

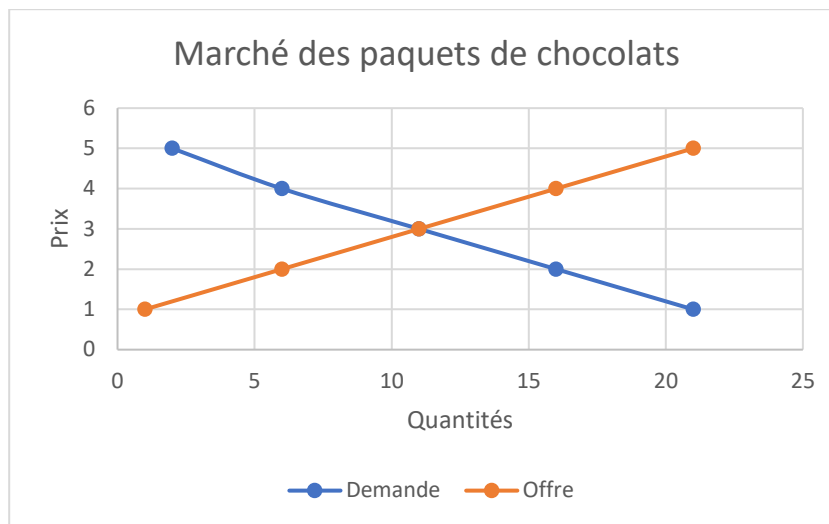
Objectif d'apprentissage 3 : Comprendre comment se fixe et s'ajuste le prix dans un modèle simple de marché et être capable de représenter un graphique avec des courbes de demande et d'offre qui permet d'identifier le prix d'équilibre et la quantité d'équilibre.

En combinant la demande et l'offre, il est possible de voir comment se fixe et s'ajuste le prix dans un modèle simple de marché tel que nous avons commencé à le présenter précédemment.

Dans le graphique ci-dessous, nous avons représenté la demande et l'offre en fonction du prix² à partir de l'exemple du marché des paquets de chocolat. La **courbe de demande** représente pour chaque niveau de prix la quantité demandée du bien. La **courbe d'offre** représente pour chaque niveau de prix la quantité offerte du bien. Le point d'intersection de ces deux courbes correspond à l'équilibre du marché, qui est la situation dans laquelle le prix atteint un niveau tel que l'offre est égale à la demande. Le **prix d'équilibre** est donc *celui qui permet d'égaliser les quantités demandées et les quantités offertes*. Dans notre exemple, on peut lire sur le graphique qu'il est de 3 euros. La **quantité d'équilibre** est *celle qui est demandée et offerte au prix d'équilibre*. Ici, on peut voir sur le graphique qu'elle est de 11 paquets de chocolats.

Prix en Euros	Demande	Offre
1	21	1
2	16	6
3	11	11
4	6	16
5	2	21

² Par convention, en science économique, le prix est représenté en ordonnée et les quantités en abscisse.



C'est au prix d'équilibre que vont s'effectuer tous les échanges sur le marché.

Imaginons qu'au départ le prix des paquets de chocolats soit de 2 euros, donc inférieur au prix d'équilibre. A ce prix, d'après le tableau et le graphique, l'offre de paquets de chocolats est inférieure à la demande³, 6 paquets contre 16 paquets. Cependant, les entreprises qui ont décidé de vendre vont augmenter leur prix en voyant l'importance de la demande, pensant qu'ils ont fixé leur prix trop bas. Le prix sur le marché va alors se rapprocher du prix d'équilibre puis l'atteindre.

Si le prix des paquets de chocolats est de 5 euros, donc supérieur au prix d'équilibre, celui-ci va baisser jusqu'à atteindre ce dernier. En effet, les vendeurs, voyant que les quantités qu'ils souhaitent vendre à ce prix (21 paquets) ne trouvent pas toutes preneur en raison d'une demande plus faible (2 paquets), vont abaisser leur prix pour trouver de nouveaux acheteurs jusqu'à ce que l'équilibre soit atteint.

Les mécanismes qui viennent d'être présentés expliquent ainsi qu'en cas de déséquilibre le prix s'ajuste à son niveau d'équilibre⁴.

Objectif d'apprentissage 4 : À l'aide d'un exemple, comprendre les effets sur l'équilibre de la mise en place d'une taxe ou d'une subvention.

L'équilibre est donc unique mais il n'est immuable. Il peut être modifié par exemple à l'occasion de la mise en place d'une taxe ou d'une subvention. Une **taxe** correspond à *une certaine somme captée par les autorités à l'occasion de l'acte d'achat ou de vente*. Elle peut peser sur les offreurs ou les demandeurs selon le choix des autorités. Une **subvention** correspond à *une certaine somme donnée par les autorités à l'occasion de l'acte d'achat ou de vente*. Elle bénéficie aux offreurs ou aux demandeurs selon le choix des autorités.

³ On parle de pénurie.

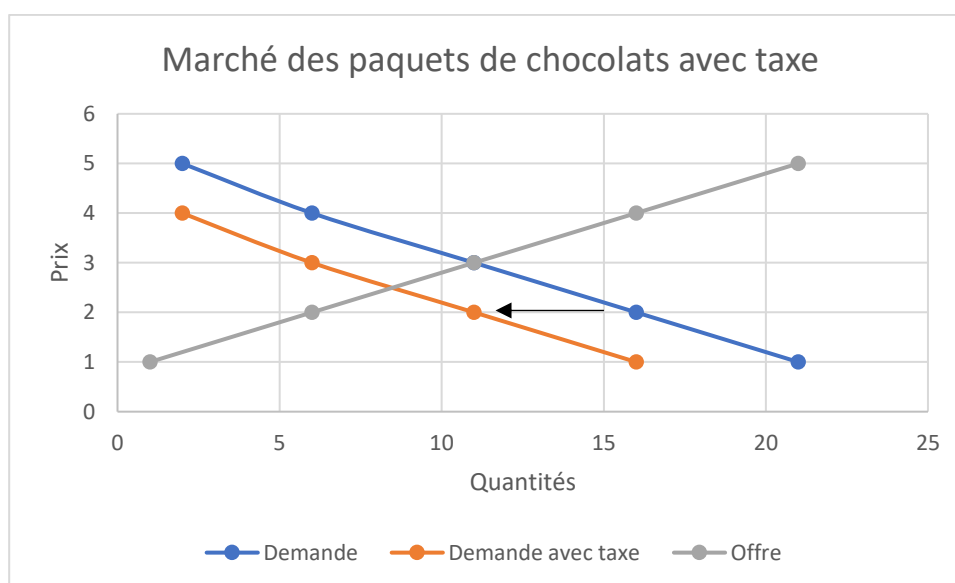
⁴ On parle de loi de l'offre et de la demande pour cet ajustement.

Imaginons que les autorités, estimant que le chocolat est à l'origine de problèmes de santé importants, décident de taxer les acheteurs de paquets de chocolats, par exemple de 1 euro par paquet vendu. Ainsi, à chaque vente, tout acheteur devra payer aux autorités une somme de 1 euro en plus du prix qu'il paye au vendeur pour se procurer un paquet de chocolats. Sa décision d'achat se fondera désormais non plus sur le prix sans taxe mais sur le prix avec la taxe, ce qui va modifier les quantités achetées. Quant au vendeur, son comportement ne va pas changer. Le tableau ci-dessous présente les modifications induites par la taxe.

Prix sans taxe	Demande	Prix avec taxe	Demande avec taxe	Offre
1	21	2	16	1
2	16	3	11	6
3	11	4	6	11
4	6	5	2	16
5	2	6	0	21

Graphiquement, l'introduction de la taxe se traduit par un décalage vers la gauche de la courbe de demande car les acheteurs achèteront une quantité moindre pour chaque niveau de prix. Par exemple, pour un prix de 4 euros, au lieu d'acheter 6 paquets, les acheteurs ne souhaiteront s'en procurer que 2 car le prix qu'ils doivent payer effectivement est de 4+1, soit 5 euros.

Un nouvel équilibre apparaît, avec des quantités échangées moins importantes et un prix plus faible : 8 paquets échangés (11 sans la taxe) à un prix de 2,5 euros (3 euros sans la taxe).



Si les autorités avaient décidé de taxer les vendeurs, ceux-ci vendraient moins pour chaque niveau de prix. Cela se traduirait par un décalage vers la gauche de la courbe d'offre, modifiant ainsi l'équilibre. Le prix augmente et les quantités échangées diminuent.

Introduire une subvention a des effets sur l'équilibre qui peuvent être déduits avec un raisonnement similaire. Au lieu de se déplacer vers la gauche, la courbe de demande se déplacera vers la droite en cas de subvention accordée aux acheteurs (ils achèteront plus pour chaque niveau de prix puisque cela leur coûtera moins cher). Le nouvel équilibre présentera des quantités échangées plus importantes et un prix plus élevé. La courbe d'offre se déplacera vers la droite en cas de subvention accordée aux vendeurs (ils vendront plus pour chaque niveau de prix puisque cela leur rapportera plus). Les quantités échangées augmentent et le prix diminue.

Imaginons que les autorités, estimant que le chocolat est bon pour la santé, introduise une subvention de 1 euro sur chaque paquet vendu. A chaque vente, tout offreur percevra le prix payé par l'acheteur auquel s'ajoute la subvention de 1 euro. Sa décision de vente se fondera alors non plus sur le prix sans subvention mais sur le prix avec subvention, ce qui va modifier les quantités vendues. Quant à l'acheteur, son comportement ne va pas changer. Les modifications induites par la subvention sont présentées dans le tableau ci-dessous.

Prix sans subvention	Offre sans subvention	Prix avec subvention	Offre avec subvention	Demande
1	1	2	6	21
2	6	3	11	16
3	11	4	16	11
4	16	5	21	6
5	21	6	26	2

Graphiquement, l'introduction de la subvention se traduit par un décalage vers la droite de la courbe d'offre car les offreurs vendront une quantité supérieure pour chaque niveau de prix. Par exemple, pour un prix de 2 euros, au lieu de vendre 6 paquets, les offreurs souhaiteront en vendre 11 car le prix qu'ils vont recevoir effectivement est de 2+1, soit 3 euros.

Un nouvel équilibre apparaît, avec des quantités échangées plus importantes et un prix plus faible : 13 paquets échangés (11 sans la subvention) à un prix de 2,5 euros (3 euros sans la subvention).

