

# Chapitre 1 : Comment se forment les prix sur un marché ?

Questionnement	Objectifs d'apprentissage
Comment se forment les prix sur un marché ?	<ul style="list-style-type: none"><li>- Savoir illustrer la notion de marché par des exemples.</li><li>- 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.</li><li>- 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.</li><li>- À l'aide d'un exemple, comprendre les effets sur l'équilibre de la mise en place d'une taxe ou d'une subvention.</li></ul>

**Consignes :** Visualisez les **3 vidéos** pour répondre aux questions sur votre cours. Je vous poserez des questions et vous proposerez des exercices d'application en cours. Vous trouverez également les liens des vidéos sur le site :

<https://battujcsiteses.com/Seconde/Marches%20et%20prix.html>

**1ERE VIDEO : Comment se forment les prix sur un marché ? Qu'est-ce qu'un marché ? (Partie 1 / 3 ) (7 mn 27 s)**

[https://www.ses.ac-versailles.fr/prgs\\_2019/cours\\_inverse/seconde/chapitre\\_3/c3\\_a.html](https://www.ses.ac-versailles.fr/prgs_2019/cours_inverse/seconde/chapitre_3/c3_a.html)

- 1) Comment définir un marché ?
- 2) À quels agents économiques correspondent l'offre et la demande ?
- 3) Pourquoi l'offre croît avec le prix ?
- 4) Pourquoi la demande décroît avec le prix ?
- 5) Qu'est-ce que le prix d'équilibre ?
- 6) À quoi correspondent l'axe des abscisses et l'axe des ordonnées sur la représentation graphique du marché ?
- 7) Où se trouve l'équilibre sur la représentation graphique du marché ?
- 8) Représentez graphiquement un marché.

**2EME VIDEO : Comment se forment les prix sur un marché ? Comment s'ajustent les prix sur un marché ? (Partie 2 / 3 ) (5 mn 34 s)**

[https://www.ses.ac-versailles.fr/prgs\\_2019/cours\\_inverse/seconde/chapitre\\_3/c3\\_b.html](https://www.ses.ac-versailles.fr/prgs_2019/cours_inverse/seconde/chapitre_3/c3_b.html)

- 1) Comment se déplace la droite de demande en cas d'augmentation du pouvoir d'achat ?
- 2) Quelles sont les conséquences sur le prix d'équilibre et les quantités de l'augmentation de la demande ?
- 3) Comment se déplace la droite d'offre en cas de réduction de la production ?
- 4) Quelles sont les conséquences sur le prix d'équilibre et les quantités d'une diminution de la production ?
- 5) L'équilibre de marché est-il fixe ?
- 6) Représentez graphiquement une augmentation de l'offre.

**3EME VIDEO : Comment se forment les prix sur un marché ? Quels sont les effets de la mise en place d'une taxe ou d'une subvention ? (Partie 3/3) (5 mn 11 s)**

[https://www.ses.ac-versailles.fr/prgs\\_2019/cours\\_inverse/seconde/chapitre\\_3/c3\\_c.html](https://www.ses.ac-versailles.fr/prgs_2019/cours_inverse/seconde/chapitre_3/c3_c.html)

- 1) Qu'est-ce qu'une taxe ?
- 2) Quelles sont les conséquences sur les prix pour les producteurs et les consommateurs de l'introduction d'une taxe ?
- 3) Quelle est la conséquence sur la quantité échangée de l'introduction d'une taxe ?
- 4) Qu'est-ce qu'une subvention ?
- 5) Quelles sont les conséquences sur les prix pour les producteurs et les consommateurs du versement d'une subvention ?
- 6) Quelle est la conséquence sur la quantité échangée du versement d'une subvention ?
- 7) Représentez graphiquement l'introduction d'une taxe.

## Les notions à connaître

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

**Offre** : Quantité de biens ou services qu'un agent souhaite vendre 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.

**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.

## L'ESSENTIEL

### 1 ) Les marchés sont divers

De la brocante du village au marché boursier de Wall Street, en passant par celui des footballeurs professionnels ou de l'immobilier, il existe une grande diversité de marchés, qui se différencient par l'objet de l'échange et l'organisation de cet échange. Des évolutions techniques ou juridiques peuvent modifier le fonctionnement et la taille des marchés. D'un point de vue technique, Internet a facilité le développement des échanges sans que la rencontre physique des acteurs ne soit nécessaire. Au niveau juridique, on peut citer l'autorisation des paris sportifs en ligne en France en 2010 qui a conduit à l'existence d'un nouveau marché. Le marché peut aussi avoir un sens plus général : il peut désigner l'existence d'acheteurs et de demandeurs pour un même produit et la coordination de leurs actions. Le marché est alors un ensemble de mécanismes qui permettent d'aboutir à l'échange. Dans ce cas, on peut parler du marché comme d'un modèle théorique qui cherche à présenter la réalité en la simplifiant.

### 2 ) Les mécanismes de base du marché en concurrence

Les quantités offertes et demandées sur un marché dépendent du prix du produit. En général, les quantités offertes par les producteurs sont d'autant plus élevées que le prix est élevé. On dit que l'offre est une fonction croissante du prix. Les quantités demandées par les consommateurs sont généralement d'autant plus faibles que le prix est élevé. On dit que la demande est une fonction décroissante du prix. Pour que les mécanismes de marché fonctionnent parfaitement, il est nécessaire qu'un certain nombre d'hypothèses soient vérifiées : on parle du modèle économique du marché en concurrence. Dans le modèle théorique du marché en concurrence, il existe un prix, appelé prix d'équilibre, pour lequel les quantités offertes et demandées sont égales. Graphiquement, c'est le point d'intersection entre les courbes d'offre et de demande.

Quand un marché est en concurrence, on considère que le prix du produit ne s'éloigne pas durablement du prix d'équilibre. Par exemple, si la demande est supérieure à l'offre, cela signifie que tous ceux qui sont prêts à acheter le produit ne seront pas satisfaits. Par conséquent, la quantité offerte par les producteurs est insuffisante pour satisfaire tous les acheteurs. Le prix du bien échangé sur ce marché aura tendance à augmenter. Cette hausse du prix va dissuader certains acheteurs, pour cause de budget insuffisant. L'augmentation des prix incitera aussi de nouveaux offreurs à produire. Ainsi, le marché revient à l'équilibre et l'offre est à nouveau égale à la demande. Cependant, cette règle n'est pas toujours vérifiée. Le marché peut être déséquilibré car la demande est structurellement supérieure à l'offre, comme sur le marché immobilier à Paris. Sur ce marché, le déséquilibre est renforcé par le fait que la hausse des prix peut conduire à une hausse de la demande : un bien immobilier plus cher peut être vu comme un bon placement. C'est un comportement que l'on observe aussi sur les marchés boursiers.

### 3 ) Les effets d'une taxe et d'une subvention sur l'équilibre

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 favoriser la consommation de boissons non sucrées. La consommation de soda ou de boissons sucrées est en effet considérée comme source de l'accroissement de maladies telles que l'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 françaises 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