

La valeur des choses

Mise à jour : 03/03/2009

Ce texte d'économie résume les théories de la valeur (du prix) des choses.

Il décrit d'abord les mécanismes de marché qui déterminent les prix et quantités vendues.

Il définit ensuite les conditions d'une concurrence pure et parfaite.

Ce texte peut être lu indépendamment ou en complément du "[Cours d'économie pour citoyens qui votent](#)"

Table des matières

1. Théorie objective : la « valeur-travail »	2
2. Théorie subjective : la « valeur-utilité »	2
2.1 Paradoxe de l'eau et du diamant	2
2.2 La valeur-utilité	2
2.3 Variables dont dépend l'utilité	3
2.4 Cas d'un bien qui satisfait plusieurs besoins	4
2.5 Cas d'un besoin dont la satisfaction dépend de plusieurs biens.....	4
2.6 Détermination des prix de marché et des quantités vendues.....	5
2.7 Remarque sur la liberté du marché	6
2.8 Excédents et pénuries.....	6
2.9 Lorsque la production augmente, le prix de chaque facteur finit par tendre vers celui de sa productivité marginale.....	6
2.10 Critique de la théorie marginaliste	7
3. Synthèse des théories objective et subjective de la valeur	8
3.1 Equilibre du marché	8
3.1.1 Satisfaction des vendeurs et des acheteurs - Optimum social	9
3.1.2 Stabilité de l'équilibre	10
3.1.3 Processus d'ajustement des prix et quantités - Cobweb.....	11
3.1.4 Perturbation de l'équilibre.....	12
3.1.5 Déplacement du point d'équilibre sur longue période	14
4. Définition de la concurrence pure et parfaite.....	14
4.1 Protection de la concurrence	16
5. Définitions	17

1. Théorie objective : la « valeur-travail »

En économie de marché, un prix n'est pas déterminé par le mérite de l'entreprise qui le vend (son caractère « citoyen » par exemple). Il n'est pas davantage déterminé par les besoins d'une personne, ou une quelconque considération morale. La façon dont le marché le détermine est décrite par plusieurs théories, résumées ci-dessous.

Selon la théorie objective, défendue notamment par les marxistes, la valeur d'un bien est le coût (objectif) de sa production. Elle est donc *déterminée par l'offre*. C'est ainsi que dans l'ancienne URSS, la planification centrale gérée par les fonctionnaires de l'administration d'Etat Gosplan déterminait les quantités à produire de chaque bien et le prix auquel il serait vendu.

2. Théorie subjective : la « valeur-utilité »

2.1 Paradoxe de l'eau et du diamant

Adam Smith, un des fondateurs de la science économique, avait posé la question suivante : « Comment se fait-il que l'eau, élément si utile, ait un prix si bas, alors que les diamants, objets inutiles, coûtent si cher ? » La réponse tient à l'abondance relative de l'eau par rapport au diamant, et à la difficulté d'extraction du diamant bien plus grande que celle de l'eau. Un désir d'eau pourra donc être satisfait avec peu d'argent, un désir de diamant coûtera très cher.

2.2 La valeur-utilité

La conclusion est simple : *le prix de vente d'un objet dépend du désir de son acheteur et de la difficulté qu'il a à se le procurer*. Ce désir est mesuré par le prix maximum que l'acheteur est disposé à payer.

Peu importe donc le travail qu'il a fallu au vendeur d'un objet pour le fabriquer ou l'acheter. Pour les tenants de la théorie de la valeur-utilité, la théorie de la valeur-travail n'est pas bonne, car elle n'attribue pas à un objet le prix qu'on constate lors de son échange sur le marché.

Bien entendu, si les conditions du marché font qu'un objet ne peut se vendre qu'en dessous du prix qu'il a coûté au vendeur, celui-ci ne le vendra que s'il a absolument besoin d'argent, et ne pourra pas continuer longtemps ce commerce. Symétriquement, un prix de vente trop élevé décourage les acheteurs qui n'ont pas le moyen de le payer.

Dans le cadre de cette théorie, c'est donc une notion *subjective* d'utilité qui détermine le prix qu'un acheteur est disposé à payer.

Le caractère subjectif de la notion d'utilité est illustré par une réaction des acheteurs bien connue des vendeurs : si à un certain prix proposé l'acheteur a l'impression qu'il fait une bonne affaire ou qu'il bénéficie d'un privilège, il acceptera souvent de payer ce prix, même si celui-ci est supérieur à la limite qu'il s'était fixée auparavant.

Il y a cependant des cas où l'utilité est une notion *objective et mesurable*. Exemples :

- Lorsqu'on évalue l'utilité des voitures d'après leur coût en prenant en compte le prix d'achat, la valeur de revente, le carburant, l'entretien, l'assurance, etc., ce coût est une mesure objective et chiffrée de l'utilité. Mais si on attribue à chaque voiture une note globale d'utilité où le plaisir de conduire intervient en plus du coût, cette utilité globale devient subjective.
- Les investissements publics français font l'objet d'évaluations d'utilité scientifiquement fondées, comme l'explique l'excellent rapport [\[3\]](#).

Le prix de marché d'un bien est donc *déterminé par la demande*, pas par son coût de fabrication (ou d'achat par un commerçant) – donc pas par l'offre.

2.3 Variables dont dépend l'utilité

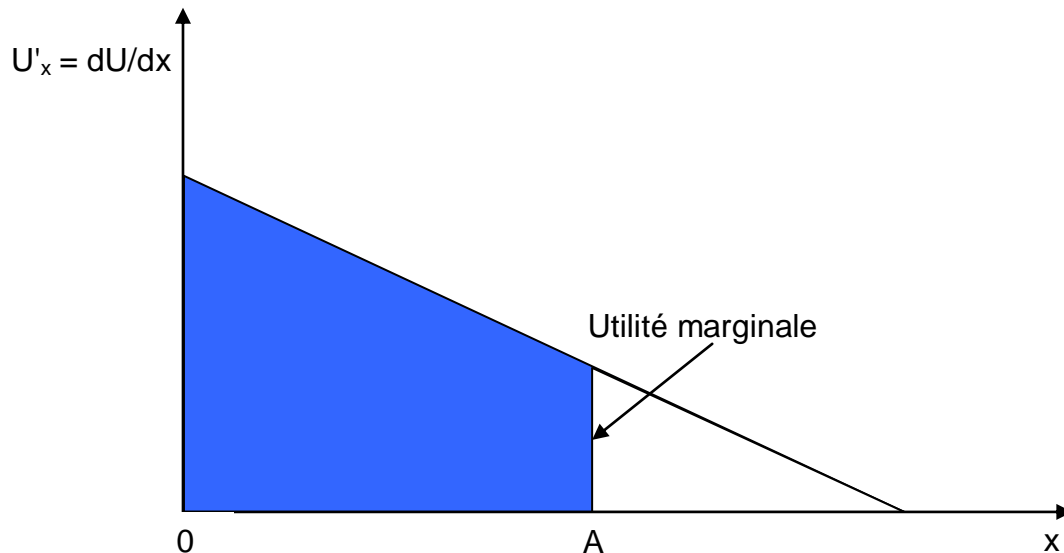
L'utilité varie avec d'abord *avec les circonstances* : pour un homme qui a soif, un verre d'eau près d'une source (où l'eau est abondante) n'a pas la même valeur que ce même verre dans le désert (où l'eau manque) ; le verre d'eau se vendra plus cher dans le désert.

L'utilité varie aussi *en fonction de la quantité* : plus la quantité déjà achetée est importante, plus le besoin est proche de la satisfaction et l'utilité d'acheter encore une unité diminue. C'est pourquoi on a défini *le principe de l'utilité marginale décroissante*, qui attribue à chaque bien acquis la valeur-utilité de la dernière unité acquise ; cette valeur est appelée *utilité marginale*, et les tenants de cette théorie de la valeur des *marginalistes*.

Exemple : pour comparer globalement deux voitures, des revues automobiles présentent parfois des tableaux où chaque voiture est évaluée suivant plusieurs critères : prix, performance, sécurité, confort, etc. Pour chaque critère, chaque voiture reçoit une note attribuée subjectivement par les journalistes de la revue. Ils calculent ensuite une note globale pour chaque voiture en additionnant les produits de chaque note par un coefficient arbitraire d'importance du critère correspondant. Cette note globale est un exemple de mesure d'utilité.

Si, dans des circonstances invariables données, l'utilité d'un bien dont on achète une quantité x est représentée par une fonction $U(x)$, l'utilité marginale de ce bien est donc représentée par sa dérivée $U'_x = dU/dx$, fonction qui décroît en général lorsque x croît.

Le graphique ci-dessous représente une utilité marginale U'_x à variation linéaire décroissante en fonction de x . Au point $x=A$, la valeur de U'_x est la hauteur du segment vertical entre l'axe des x et la droite représentant U'_x . Le trapèze bleu de la figure représente l'utilité totale de toutes les acquisitions successives éventuelles dont la somme est $x = A$; cette utilité totale est l'intégrale de U'_x de 0 à A .



2.4 Cas d'un bien qui satisfait plusieurs besoins

Si un même bien satisfait *plusieurs* besoins, l'importance attribuée à une unité supplémentaire du bien est celle du besoin le moins intense, car si on ne peut acquérir le bien, c'est à ce besoin-là qu'on renoncera en premier. L'utilité marginale du bien est donc celle du besoin le moins intense.

2.5 Cas d'un besoin dont la satisfaction dépend de plusieurs biens

Considérons un besoin dont la satisfaction dépend de deux biens, dont les quantités sont représentées par les variables x et y . L'utilité prise en compte pour mesurer la satisfaction du besoin est une fonction $U(x, y)$. Par exemple pour le choix d'un climatiseur dont l'utilité dépend à la fois de la puissance frigorifique et du silence, x représente la puissance frigorifique en calories/heure et y la faiblesse du bruit de son ventilateur par rapport à un niveau de bruit de référence, en décibels.

L'utilité marginale par rapport à x , appelée U'_x , est la dérivée partielle $\partial U/\partial x$; l'utilité marginale par rapport à y est la dérivée partielle $\partial U/\partial y$. U'_x diminue avec x et s'annule lorsque le besoin de froid est complètement satisfait. De même, $U'_y = \partial U/\partial y$ diminue lorsque y augmente jusqu'au point où le bruit devient nul.

Considérons à présent un consommateur qui dispose d'un budget donné et peut acheter diverses quantités de plusieurs types de biens différents. L'économie étant une science de la décision, il est naturel de se demander :

« Quels biens $B_1, B_2 \dots B_n$ le consommateur doit-il acheter, et en quelles quantités $q_1, q_2 \dots q_n$, à prix respectifs $p_1, p_2, \dots p_n$, pour une satisfaction maximum ? »

Son budget étant limité, plus le consommateur achète un certain bien, moins il peut en acheter d'autres. Supposons connues pour chaque bien les lois de variation de son utilité marginale et de son prix en fonction de la quantité achetée. Il est alors facile de voir que le choix correspondant au maximum d'utilité est celui où les utilités marginales *par euro dépensé* sont égales. Si on désigne par $U'_1, U'_2, \dots U'_n$ les utilités marginales respectives des biens $B_1, B_2 \dots B_n$, ce choix optimal est tel que

$$U'_1/p_1 = U'_2/p_2 = \dots = U'_n/p_n$$

En effet, si pour un certain bien B_k le rapport U'_k/p_k est inférieur à celui d'un autre bien B_h , la satisfaction procurée par l'achat du moindre euro de B_k est inférieure à celle procurée par un euro de B_h . Le consommateur doit donc répartir son budget de sorte qu'il y ait égalité des rapports U'_k/p_k (c'est-à-dire des utilités marginales par euro).

Discussion.

Bien entendu, le raisonnement ci-dessus est théorique, parce qu'il suppose le consommateur capable de connaître les lois de variation des utilités marginales de tous les produits qu'il peut acheter. Mais le principe du raisonnement est intéressant, parce qu'il montre qu'une décision rationnelle d'achat est possible lorsque la satisfaction subjective procurée par chaque bien est quantifiable.

2.6 Détermination des prix de marché et des quantités vendues

Lors d'une vente, un bien est échangé entre un vendeur (qui préfère l'argent au bien) et un acheteur (qui préfère le bien à l'argent). En termes d'utilité marginale, chacun des coéchangistes est gagnant, car l'utilité marginale de ce qu'il donne est, pour lui, inférieure à l'utilité marginale de ce qu'il reçoit.

Supposons une suite d'échanges *effectués à prix constant* entre un acheteur et un vendeur. A chaque échange, les utilités marginales changent pour les deux coéchangistes :

- Pour le vendeur, l'utilité marginale de la dernière quantité vendue reste constante ou augmente, selon le cas.
 - Elle reste constante, par exemple, si son bénéfice par article est constant quelle que soit la quantité vendue.
 - Elle augmente, par exemple, si des économies d'échelle permettent au bénéfice d'augmenter avec la quantité, ou si la quantité restante (en stock ou sur le marché) diminuant, sa rareté augmente, donc sa valeur potentielle sur le marché, c'est-à-dire son utilité marginale par euro, augmente.

- Pour l'acheteur, la quantité achetée totale augmente, donc l'utilité marginale de la quantité du dernier achat diminue, ainsi que l'utilité marginale par euro dépensé ; il arrive un moment où l'achat d'une quantité supplémentaire du bien procurera moins de satisfaction que l'achat d'un autre bien ou la simple conservation de l'argent.

L'acheteur arrêtera alors d'acheter. Eventuellement, si le prix est négociable, il offrira au vendeur un prix plus bas, si bas peut-être que celui-ci refusera de vendre.

Notons que ce raisonnement est fait pour *un seul* vendeur et *un seul* acheteur, c'est-à-dire à l'échelle microéconomique.

2.7 Remarque sur la liberté du marché

Il résulte de ce raisonnement que toute restriction à la liberté du marché (en plafonnant les prix ou les quantités, en limitant la concurrence, etc.) est dommageable, l'un au moins des deux coéchangistes n'arrivant pas à échanger autant qu'il le voudrait ou au meilleur prix.

Exemple : en imposant des quotas d'importation aux textiles chinois, l'Union européenne a privé pendant un certain temps les consommateurs de millions de vêtements achetables à prix réduit, et les commerçants des bénéfices correspondants. On a maintenu ainsi en activité dans l'Union européenne, aux frais du public, des fabrications textiles non compétitives. L'expérience montrant que les quotas sont toujours contournés au bout de quelques mois, et les accords de l'OMC stipulant que les pays consommateurs ne peuvent se protéger par quotas que pendant une durée limitée (deux ans, par exemple), les restrictions aux importations textiles sont de simples mesures démagogiques, prises par des gouvernements qui n'expliquent pas la vérité économique à leurs citoyens.

(Voir en complément [ci-dessous](#) les conditions de la concurrence pure et parfaite.)

2.8 Excédents et pénuries

Si un marché est sur-approvisionné, les vendeurs ont du mal à écouler leur stock ou leur production. Ils baisseront alors leurs prix, ce qui diminuera leur utilité marginale par euro et permettra aux acheteurs d'en acheter moins cher, donc davantage. Au contraire, en cas de pénurie, les prix monteront et les quantités échangées baisseront.

2.9 Lorsque la production augmente, le prix de chaque facteur finit par tendre vers celui de sa productivité marginale

Voir d'abord les définitions des facteurs de production [\[1\]](#) et de la productivité marginale [\[2\]](#).

En général, la productivité marginale d'un facteur diminue quand la production augmente. En effet, l'ajout d'une unité de ce facteur est moins productif que la dotation initiale de ce facteur, qui assure les tâches les plus importantes.

L'ajout d'une unité supplémentaire d'un certain facteur n'est donc rentable que si le bénéfice résultant du supplément de production dépasse le coût de cet ajout.

Exemple : si le bénéfice par voiture est de 1000€ et qu'un ouvrier supplémentaire permet de produire 1,5 voiture de plus chaque mois, le coût de son poste de travail (salaire + charges + matériel...) ne peut dépasser 1500€ par mois.

On voit que lorsqu'une entreprise veut maximiser son profit, elle doit accroître ses facteurs de production jusqu'à la limite où l'accroissement de chacun n'est plus rentable. Elle produit alors le maximum possible, et on a supposé qu'elle réussit à vendre tout ce qu'elle produit.

On a donc la loi suivante : *le prix de chaque facteur de production tend vers celui résultant de sa productivité marginale.*

Exemples de conséquences de cette loi :

- En France, le chômage élevé et les risques de délocalisation, qui touchent bien plus les travailleurs peu qualifiés que les travailleurs qualifiés, s'expliquent en particulier par le coût trop élevé des travailleurs non qualifiés. Ce coût trop élevé résulte des « coups de pouce » que les gouvernements successifs ont pris l'habitude de donner chaque année au SMIC, ainsi que des charges sociales trop élevées sur les bas salaires.
- Avec le développement des réseaux téléphoniques à haut débit, le débit des communications vocales d'un particulier sur sa ligne est insignifiant par rapport à ceux de la télévision et de l'accès Internet. Le coût marginal des communications vocales est donc à peu près nul sur une ligne qui supporte aussi Internet et/ou la télévision. Du fait de la concurrence, les communications seront donc de plus en plus souvent gratuites dans le cadre d'un forfait où l'opérateur vend en fait le haut débit pour la télévision et Internet.

Cette constatation se généralise sous forme de loi : *le prix de vente d'un bien ou service, de coût marginal par rapport à ce qui est vendu avec, tend vers zéro.*

2.10 Critique de la théorie marginaliste

- Cette théorie repose sur une utilité *subjective* et *individuelle*. Elle ne tient donc pas compte de l'aspect social de l'économie, ni du fait que l'utilité d'un bien dépend souvent de son prix.
- Plus grave encore, elle postule que l'utilité, toute subjective qu'elle soit, est une grandeur mesurable, ce qui est parfois peu évident.
- Elle postule aussi que l'homme ne prend que des décisions économiques rationnelles à partir de ses appréciations subjectives de l'utilité, ce qui est démenti par l'observation, qui met en évidence des phénomènes irrationnels comme la mode, la crainte du chômage ou de l'inflation, l'anticipation d'un événement, etc.
- Enfin elle ne prend pas bien en compte le fait qu'une partie importante du budget d'un consommateur est consacrée à des dépenses obligatoires : logement, impôts, nourriture de base, etc. La liberté de choix ne s'exerce que sur le reste des dépenses, souvent minoritaire. Modéliser tous les échanges de manière marginaliste est donc nécessairement éloigné de la réalité.

3. Synthèse des théories objective et subjective de la valeur

Dans le cadre d'une école d'économistes dite « Ecole de Cambridge », Alfred Marshall a publié en 1890 son ouvrage *Principes d'économie politique (Principles of Economics)* qui réalise une synthèse des deux théories précédentes à partir des constatations suivantes :

- La *demande* d'un bien dépend de son utilité, mais *l'offre* du bien dépend de son coût de production.
- Sur une période courte le prix d'un bien dépend surtout de la demande, alors que sur une période longue le prix dépend surtout du coût.

Pendant une période limitée, un vendeur peut « casser les prix » en sacrifiant son bénéfice, pour écouler des stocks, attirer les clients vers d'autres produits (les produits à prix cassés étant alors des produits d'appel), prendre des parts de marché, etc. Mais sur une longue période aucune entreprise ne peut survivre avec des bénéfices nuls ou trop faibles.

Cette synthèse purement microéconomique a rencontré un grand succès.

3.1 Equilibre du marché

Si on représente (voir figure 1 ci-dessous) les variations de la quantité demandée et de la quantité offerte en fonction du prix, on constate que :

- Plus le prix est bas, plus la quantité demandée est importante. Exemple : au prix de 6 euros le jean on en vend beaucoup plus qu'à 9 euros pièce.
- Plus le prix est élevé, plus la quantité offerte est importante, car plus de producteurs peuvent fabriquer à ce prix-là, et le bénéfice de tous est plus grand.

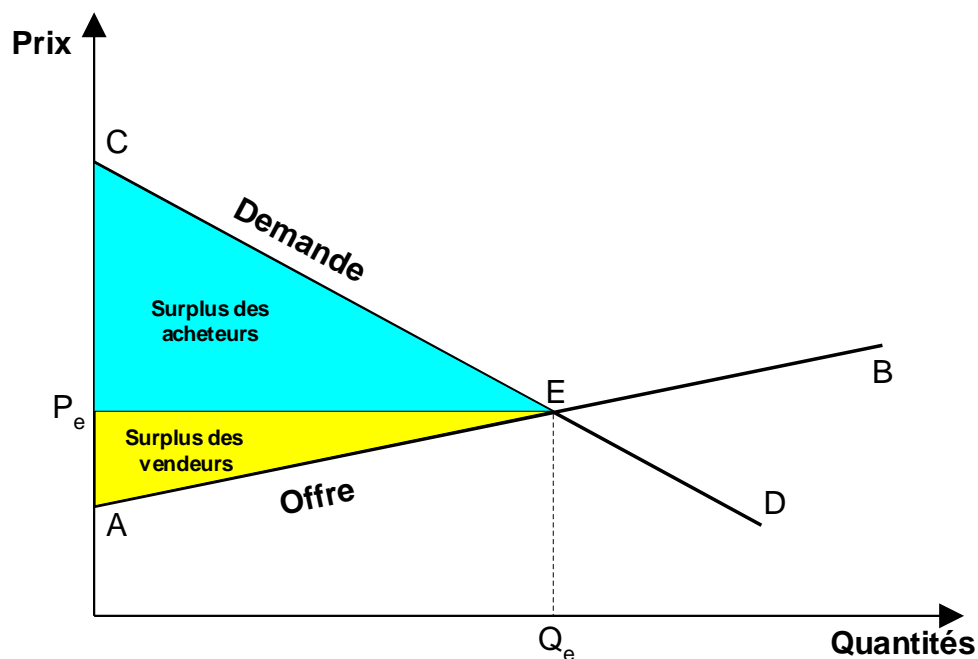


Figure 1 : situation d'équilibre

Les courbes d'offre (AB) et de demande (CD) se rencontrent au point E, dit *point d'équilibre*, où la quantité vendue Q_e et le prix de vente P_e sont ceux que l'on constate lorsque le marché s'est équilibré, en général après un certain temps.

Lorsque le marché a atteint le point d'équilibre E, consommateurs et producteurs sont incités à ne plus rien changer, ni le prix de vente ni la quantité consommée.

3.1.1 Satisfaction des vendeurs et des acheteurs - Optimum social

On peut considérer qu'en vendant au prix d'équilibre P_e les vendeurs qui auraient été d'accord pour vendre moins cher font un bénéfice (virtuel, c'est-à-dire psychologique) représenté sur le graphique ci-dessus par la somme intégrale des produits des différences de prix $[P_e - P(Q)]$ par les quantités élémentaires dQ , c'est-à-dire par l'aire du triangle jaune AP_eE , noté "Surplus des vendeurs".

De même, on peut aussi considérer qu'en achetant au prix P_e , les acheteurs qui auraient accepté de payer plus cher font un bénéfice virtuel représenté par l'aire du triangle bleu clair CP_eE , noté "Surplus des acheteurs".

Introduisons la notion d'*équité sociale* où la satisfaction d'un acheteur compte autant que celle d'un vendeur, et appelons *optimum social* la situation qui maximise le total des satisfactions des vendeurs et des acheteurs. On voit sur la figure 1 que cette *satisfaction totale* est mesurée par la somme des aires des triangles jaune et bleu. L'optimum social est alors atteint lorsque cette aire totale est maximum.

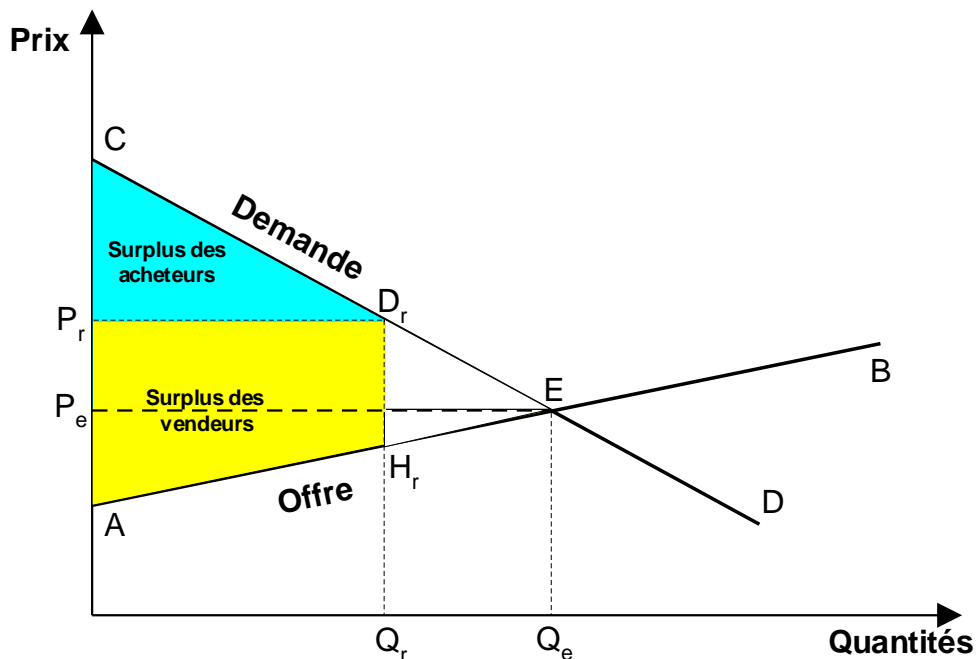


Figure 2 : situation de pénurie

Situation de pénurie

Supposons à présent (figure 2 ci-dessus) que l'on restreigne la quantité disponible à la vente à la valeur $Q_r < Q_e$. Sur la courbe de la demande, le point correspondant est

D_r , au prix P_r . La satisfaction des acheteurs a diminué (triangle bleu) et la satisfaction des vendeurs est devenue le trapèze AH_rD_rC . On voit que la satisfaction totale, somme des aires bleue et jaune, a diminué par rapport à la situation d'équilibre, puisqu'il lui manque le triangle blanc H_rED_r .

Situation d'excédent

Admettons pour simplifier que lorsque la quantité offerte est supérieure à Q_e il n'y a pas de stockage des excédents, c'est-à-dire que tout sera vendu.

On voit sur la figure 3 ci-dessous que si la quantité vendue est $Q_M > Q_e$, le prix de vente sera $P_M < P_e$. Le surplus des acheteurs (triangle bleu/rouge $P_M D_M C$) aura augmenté par rapport à l'équilibre de la figure 1. Certains vendeurs auront encore du surplus (triangle jaune $P_M H_M A$), mais d'autres feront des pertes (triangle rouge $H_M D_M K_M$). Par rapport à la situation d'équilibre E , la satisfaction totale aura :

- gagné le triangle rouge $H_M D_M E$ pour les acheteurs, mais l'aura reperdu pour les vendeurs, d'où une différence nulle ;
- perdu le triangle rouge $ED_M K_M$.

La satisfaction totale aura donc diminué par rapport à l'équilibre.

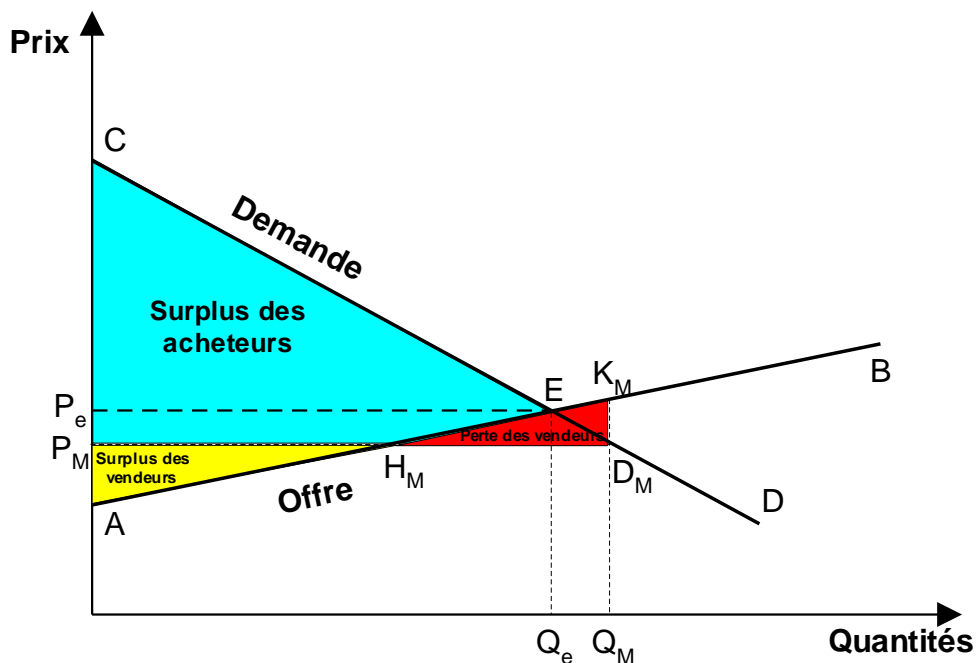


Figure 3 : situation d'excédent

Conclusion : l'équilibre E correspond au maximum de satisfaction, c'est-à-dire à l'optimum social.

3.1.2 Stabilité de l'équilibre

Dans un marché où règne une [concurrence pure et parfaite](#) et où on admet qu'il n'y a pas de stockage d'excédents, l'équilibre des quantités et des prix atteint en E est stable : toute variation de quantité offerte ou de prix crée des forces de marché qui

tendent à rétablir l'équilibre. Nous allons étudier maintenant les étapes de l'établissement (ou du rétablissement) de l'équilibre, c'est-à-dire de l'ajustement des prix et des quantités.

3.1.3 Processus d'ajustement des prix et quantités - Cobweb

Nous avons vu ci-dessus que les situations de pénurie et d'excédent procuraient moins de satisfaction *totale* que la situation d'équilibre. Nous allons voir qu'à chaque fois, l'intérêt des seuls vendeurs les amène à modifier l'offre pour aller vers l'équilibre.

Situation initiale de pénurie

Lorsqu'il y a pénurie (figure 2), le marché est très rémunérateur pour les vendeurs qui y sont présents. Cela incite d'autres vendeurs à y entrer, attirés par les bénéfices potentiels, et à y concurrencer les vendeurs en place en demandant des prix un peu plus bas. Les quantités offertes augmentent, les prix baissent et la situation tend à se rapprocher de l'équilibre.

Bien entendu, cette réaction demande du temps : il faut du temps aux nouveaux vendeurs pour acheter ou produire ce qu'ils vont vendre et du temps pour faire connaître leur offre aux consommateurs.

La quantité offerte Q_r va augmenter avec le temps jusqu'à ce qu'elle atteigne Q_e .

a) Si l'augmentation est assez progressive pour laisser aux consommateurs le temps d'augmenter leurs achats, on atteint ainsi la stabilité.

b) Au « prix de pénurie » P_r les vendeurs gagnent beaucoup d'argent, ce qui les incite à augmenter leur offre et incite d'autres vendeurs à entrer aussi sur le marché. Si l'augmentation qui en résulte est assez brutale pour que les quantités supplémentaires offertes ne trouvent pas toutes preneur, on peut se trouver rapidement en situation d'excédent (Q_M figure 3). Alors certains vendeurs perdent de l'argent et vont se retirer du marché ou diminuer leur offre, ce qui tend à ramener la situation vers l'équilibre.

Lorsqu'au voisinage du point d'équilibre E la pente de la courbe de la demande est inférieure à celle de la courbe de l'offre, on arrivera à l'équilibre, progressivement comme en a) ci-dessus, ou par oscillations pénurie → excédent → pénurie, etc. comme en b) : il y a alors *convergence vers l'équilibre* et les éventuelles oscillations sont amorties.

Plus rarement, il peut arriver que les vendeurs réagissent trop brutalement, en offrant des quantités supplémentaires trop grandes et/ou trop rapidement : leur offre excédentaire Q_M peut être plus loin au-delà de Q_e que la pénurie Q_r de départ, c'est-à-dire $(Q_M - Q_e) > (Q_e - Q_r)$. Il y a alors effondrement des prix, et si les vendeurs s'affolent, ils peuvent réduire leur offre tellement qu'il y a de nouveau une situation de pénurie où la quantité offerte Q_{r2} est telle que $(Q_e - Q_{r2}) > (Q_e - Q_r)$: la nouvelle pénurie est plus forte que l'ancienne. *Ce processus est clairement divergent : il s'éloigne du point d'équilibre. Il ne peut donc pas durer, tant les pertes des vendeurs sont importantes.* Cela se produit si au voisinage du point d'équilibre E si la pente de la demande est supérieure à celle de l'offre.

Plus rarement encore, si rarement en fait que cette éventualité est surtout théorique, les oscillations pénurie → excédent → pénurie, etc. peuvent durer assez longtemps pour qu'on parle d'*oscillations entretenues*. Les deux courbes ont alors même pente.

Situation initiale d'excédent

La discussion de ce cas se déduit de celle du cas précédent : le marché peut converger progressivement ou par oscillations.

Conclusion - Cobweb

Quelle que soit la suite des étapes du marché, lorsque la concurrence est pure et parfaite il y a tôt ou tard convergence vers l'équilibre. Si on trace un diagramme des étapes successives (figure 4), on arrive à une sorte de toile d'araignée (cobweb en anglais) qui s'enroule autour de E :

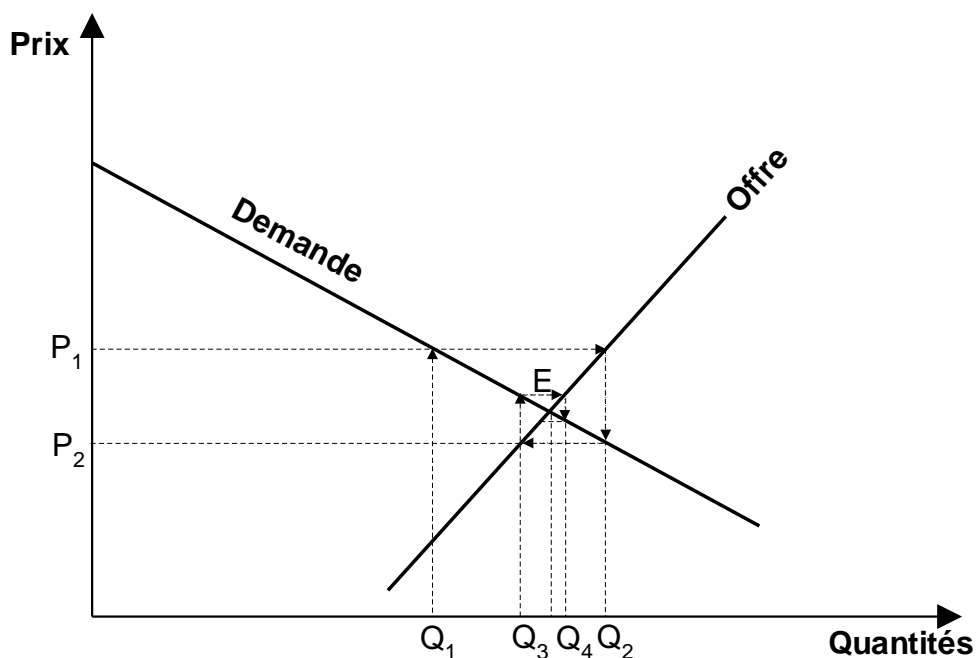


Figure 4 : convergence en forme de cobweb

A la quantité offerte initiale Q_1 correspond un prix P_1 , auquel les vendeurs réagissent par une offre Q_2 à laquelle correspond un prix P_2 auquel les vendeurs réagissent par une offre Q_3 , etc.

3.1.4 Perturbation de l'équilibre

L'Etat dispose de nombreuses méthodes pour perturber l'équilibre d'un marché, détaillées dans la section "[La loi économique de l'offre et de la demande](#)" du tome 1 du "Cours d'économie pour citoyens qui votent". Nous en donnons ici seulement deux exemples.

Fixation d'un prix plancher

L'Etat fixe souvent des *prix plancher supérieurs au prix d'équilibre* pour favoriser des producteurs. Exemple : les prix planchers définis par la Politique agricole commune

(PAC) pour des produits comme le blé tendre permettent aux agriculteurs européens de vendre leur blé *environ deux fois plus cher* que ce que le libre jeu du marché mondial imposerait, le prix mondial résultant de l'offre des pays exportateurs les moins chers comme l'Ukraine. Les conséquences sont injustes :

- Pour les contribuables, qui paient les subventions aux agriculteurs ;
- Pour les consommateurs, qui achètent le blé plus cher qu'il ne vaudrait en laissant jouer la concurrence ;
- Pour les pays pauvres, dont les agriculteurs (moins productifs) n'arrivent pas à vendre leurs produits sur le marché mondial, dont les prix sont trop bas pour eux du fait des subventions des pays riches (Union européenne, Etats-Unis, etc.)

La raison de cette politique constante de l'Etat français est simple : les agriculteurs ne représentent qu'environ 4 % de la population (et le PIB de l'agriculture environ 2 % du PIB national), mais leur poids électoral est suffisant pour qu'aucun gouvernement résultant d'une élection ne puisse se permettre de les mécontenter. *La moitié environ du revenu des agriculteurs français provient de subventions.* Cette injustice dure depuis des années en France comme dans de nombreux pays, et pour les mêmes raisons strictement électoralistes.

Fixation d'un prix plafond

Il est fréquent aussi que l'Etat fixe *un prix plafond, inférieur au prix d'équilibre*, pour favoriser les consommateurs. A ce prix-là, l'offre est inférieure à la demande car de nombreux producteurs n'y trouvent pas leur compte. Exemples d'intervention de l'Etat.

- *L'Etat intervient en subventionnant les producteurs aux frais des contribuables*, pour que ceux-ci produisent ou achètent assez pour satisfaire la demande.

Exemple cité par [4] : l'Indonésie, pays producteur de pétrole et membre de l'OPEP, subventionne le prix de l'essence pour que ses consommateurs le trouvent bon marché : ils l'achètent l'équivalent de \$30 le baril, alors que le cours mondial est au-dessus de \$60. Les consommateurs en gaspillent donc de plus en plus au lieu de l'économiser, tellement même que le pays doit aujourd'hui importer du pétrole alors qu'il en exportait depuis toujours. Les subventions au prix du pétrole coûtent \$14 milliards à l'Etat indonésien, somme qui représente 2.4 % du PIB du pays. Le commerce extérieur indonésien étant déséquilibré par l'importation massive de pétrole, la roupie indonésienne s'effondre, ce qui fait exploser le coût des importations et provoque inflation et récession économique. On voit sur cet exemple l'effet désastreux du manque de réalisme et de courage d'une politique qui refuse de dire la vérité aux citoyens et va dans le mur à court terme.

- *L'Etat peut aussi intervenir pour répartir la pénurie de production résultant des prix trop bas grâce à un rationnement.* Mais cela crée immédiatement un marché noir, qui profite aux riches et aux spéculateurs au détriment des pauvres.

L'exemple du désastre de l'économie planifiée de l'ex-Union Soviétique est édifiant : files d'attente interminables, vols et détournements, marché noir, importations frauduleuses, etc.

- *L'Etat peut délibérément spolier certains citoyens (qui ne font pas partie des électeurs qui votent pour les partis au pouvoir) au profit d'autres, qui votent pour eux.*

Exemple : en plafonnant les prix des loyers parfois à des niveaux si bas qu'ils ne rapportent pratiquement plus rien (immeubles « loi de 1948 ») l'Etat français fait que les loueurs n'ont plus les moyens d'entretenir les immeubles. De plus, le blocage des loyers fait qu'ils n'investissent plus en immobilier, qui n'est pas rentable, ce qui crée une pénurie de logements et finit quand même par faire exploser les prix de vente et de location. La politique idéologique consistant à « faire payer les riches » se retourne donc systématiquement contre les revenus modestes.

3.1.5 Déplacement du point d'équilibre sur longue période

Sur une longue période, [la productivité croît chez tous les producteurs](#), parce qu'ils s'organisent mieux, achètent du matériel plus performant, réalisent des économies d'échelle en se développant, etc. Du fait de la concurrence, cette productivité croissante entraîne une descente de la courbe d'offre vers des prix plus bas. De son côté, la courbe de demande peut aussi se déplacer, par exemple vers le bas lorsque le produit commence à passer de mode ou à être remplacé par d'autres. Le point d'équilibre peut donc se déplacer en prix et/ou en quantité.

4. Définition de la concurrence pure et parfaite

Les théories économiques supposent souvent, pour simplifier, que le marché permet une « concurrence pure et parfaite ». Voici les conditions d'une telle concurrence :

- *Atomicité.* Chacun des offreurs et des demandeurs ne représente qu'une partie insignifiante des ensembles respectifs d'offreurs et de demandeurs. On parle alors « *d'atomicité des offres et des demandes* ».

Il en résulte une indépendance du prix d'équilibre par rapport à la modification de la quantité offerte ou demandée par un offreur ou demandeur particulier, puisque cette quantité est négligeable par rapport à l'ensemble du marché. Chaque offreur ou demandeur doit donc considérer le prix du marché comme une donnée qui s'impose à lui, sur laquelle il ne peut agir.

- *Libre accès au marché.* Cette condition implique l'absence :
 - de barrières excluant certains offreurs ou demandeurs du marché ;
 - de monopoles ;
 - de normes artificielles de qualité excluant indûment certains produits ;
 - de quotas d'importation ;
 - de prix imposés ;
 - de restrictions de publicité ;
 - de restriction de lieu, de durée ou de surface de vente, etc.

Elle implique aussi l'absence d'entente entre fournisseurs ou entre clients comme les centrales de vente ou d'achat ; elle exclut également les multiples interventions dont l'Etat français s'est fait une spécialité (subventions, taxes spéciales...).

- *Homogénéité des produits.* Cette condition implique que les divers vendeurs offrent des produits identiques, que leurs clients peuvent comparer. Bien entendu, les offreurs font souvent tout ce qu'ils peuvent pour empêcher cette comparaison : boîtes de lessive contenant des quantités différentes, structures tarifaires différentes (exemples : prix des assurances ou des communications téléphoniques), etc.
- *Transparence du marché.* Chaque acteur du marché (offreur ou demandeur) doit être parfaitement informé des articles disponibles, de leurs conditions de vente, des prix et quantités demandés, etc.
- *Mobilité parfaite des produits et des facteurs de production.* Chaque offreur doit être en mesure de modifier ses produits ou d'en introduire de nouveaux sans restriction.

La mobilité des facteurs de production [1] implique la possibilité pour les producteurs de recourir à de la main d'œuvre étrangère, d'emprunter ou de prêter les fonds à leur guise, d'acheter les matières premières où ils veulent, etc. Elle implique aussi la possibilité pour les travailleurs de choisir leur lieu de travail et de s'expatrier s'ils le désirent.

Critique

Ces conditions idéales de concurrence ne sont jamais réalisées, mais les économistes font souvent l'hypothèse de concurrence pure et parfaite pour simplifier leurs raisonnements et leurs modèles. *Les consommateurs y ont tellement intérêt que tout contexte de concurrence imparfaite est considéré comme préjudiciable à la collectivité...* sauf en France, où on constate de fortes résistances à la libre concurrence, par exemple :

- Dans les services publics (EDF, SNCF, La Poste, l'enseignement, etc.) où :
 - Les fonctionnaires redoutent d'être mis en concurrence avec des entreprises privées, systématiquement plus performantes et plus souples ;
 - Les tarifs sont souvent imposés par l'Etat, au détriment systématique des éventuels actionnaires.
- Chez de nombreux élus qui empêchent l'installation ou l'extension de commerces de grande surface pour protéger les petits commerçants, parce qu'ils n'ont pas compris que ceux-ci ne survivront qu'en se différenciant par leurs produits et leurs services.
- Chez le public lui-même, de nombreux Français considérant que le commerce et l'entreprise libres impliquent le vol des clients et que l'Etat devrait imposer les prix et contrôler les bénéfices.

Chaque pays, chaque entreprise et chaque personne qui a quelque chose à vendre a intérêt à avoir le moins de concurrence possible. Pour y parvenir, ils pourront essayer par exemple :

- De créer de nouveaux produits, qu'ils ont seuls à fabriquer ;
- D'inventer de nouvelles techniques ou procédés de fabrication, qu'ils pourront breveter ;

- De changer la présentation d'un produit, pour donner aux consommateurs l'impression que c'est un produit nouveau ;
- De faire de la publicité pour le produit ou la marque, pour donner aux consommateurs une image qui les distingue des produits concurrents ;
- D'empêcher les consommateurs et les concurrents de connaître les caractéristiques exactes de leur produit ;
- De s'entendre avec d'autres fournisseurs du même produit pour éviter de se faire concurrence, ou de s'emparer des entreprises concurrentes pour remplacer cette concurrence par une synergie industrielle ou commerciale ;
- D'obtenir de l'Etat des lois et règlements qui empêchent leurs concurrents d'accéder au marché, etc.

Il y a toujours des politiciens et des groupes de pression qui réussissent à fausser les conditions de concurrence par idéologie ou au profit de leurs amis. C'est ainsi que *le président Sarkozy a obtenu le 22/06/2007 de la présidence allemande de l'Union européenne l'abandon de la référence à la "concurrence libre et non faussée" dans le projet de traité institutionnel simplifié pour l'Union européenne. Il veut ainsi pouvoir, en toute légalité, continuer à faire intervenir l'Etat français dans l'économie.*

4.1 Protection de la concurrence

La concurrence est protégée (entre autres) par :

- Les lois antitrust américaines, dont le respect est surveillé par la [Federal Trade Commission](#) (FTC) : Sherman Act, Clayton Act, etc.
- La législation européenne, dont le respect est surveillé par un [Commissaire à la concurrence](#) :
 - Concentrations et ententes d'entreprises ;
 - Abus de position dominante ;
 - Aides des Etats à leurs entreprises publiques ou privées...

[Daniel MARTIN](#)

5. Définitions

[1] Facteurs de production

On appelle *facteurs de production* les moyens utilisés pour produire : main d'œuvre, matériel, capital, matières premières, etc.

[2] Productivité marginale d'un facteur de production

On appelle *productivité marginale* d'un facteur de production la quantité supplémentaire produite quand ce facteur augmente d'une unité. Exemples :

- Une heure de travail supplémentaire dans une mine de cuivre permet d'extraire 300 kg de minerai supplémentaire.
- La productivité marginale d'un ouvrier chez un constructeur de voitures est de 1,5 véhicule par mois.

[3] Commissariat au Plan : Révision du taux d'actualisation des investissements publics (Rapport Lebègue) du 21/01/2005

<http://www.plan.gouv.fr/intranet/upload/actualite/Rapport%20Lebeque%20Taux%20actualisation%2024-01-05.pdf>

Annexe : <http://www.plan.gouv.fr/intranet/upload/actualite/Conclusion.pdf>

[4] *Newsweek* du 05/09/2005 "The Big Backfire"

[Retour page d'accueil](#)