

## CHAPITRE 3 – Comment se forment les prix sur un marché ?

### Doc 2 p. 69 : Différentes formes d'échanges

a - Différents acteurs sur le marché

Un marché est défini comme [le lieu de rencontre entre] un groupe d'acheteurs [et] de vendeurs d'un bien ou d'un service particulier. Le groupe des acheteurs détermine la demande pour le produit et le groupe de vendeurs détermine l'offre de produit. [...]

Les marchés prennent de nombreuses formes. Parfois les marchés sont très organisés, comme les marchés des biens agricoles. Sur ces marchés, les acheteurs et les [vendeurs] se rencontrent en un lieu et heure précis et un commissaire-priseur contribue à déterminer les prix et organiser les ventes. Le plus souvent, les marchés sont moins organisés.

Gregory N. Mankiw, Mark P. Taylor, Principes de l'économie, De Boeck,  
mars 2010.

## **Doc 1 p. 70 : La « loi de la demande »**

La quantité demandée d'un bien est la quantité de ce bien que les acheteurs souhaitent et sont capables d'acheter. [...] De nombreuses choses déterminent la quantité demandée d'un bien, mais lorsqu'on analyse le fonctionnement des marchés, un déterminant joue un rôle central : le prix du bien. Si le prix des glaces augmentait jusqu'à 20 euros par boule, vous achèteriez moins de crème glacée. Vous pourriez acheter une sucette glacée à la place. Si le prix de la glace tombait à 0,20 euro par boule, vous en achèteriez plus. [...] Cette relation entre la quantité demandée et le prix est vraie pour la plupart des biens dans l'économie et elle s'applique si largement que les économistes l'appellent la loi de la demande : toutes choses égales par ailleurs, quand le prix d'un bien augmente, la quantité demandée du bien diminue et quand le prix diminue, la quantité demandée augmente.

Gregory N. Mankiw, Mark P. Taylor, Principes de l'économie, De Boeck,  
2010.

### **Doc 3 p. 71 : Le Black Friday**

Importé en France en 2010 par Amazon et Apple, puis adopté en 2014 par des enseignes [...] comme la Fnac, Auchan ou Darty, le Black Friday est devenu un rendez-vous incontournable. Cette grand-messe de la consommation à prix réduit [...] a traditionnellement lieu aux États-Unis au lendemain de la fête de Thanksgiving.

« Notoriété en hausse, intentions d'achats élevées, budget important... »

L'événement « s'impose de plus en plus dans le cœur des Français », selon une étude OpinionWay pour iloveretail.fr, réseau d'experts du commerce et des tendances de consommation. [...] L'engouement est tel cette année que la moitié [des Français] ont l'intention de profiter des offres promotionnelles de fin novembre. Une proportion qui monte même à 71 % chez les 18-24 ans. Soit deux fois plus d'intéressés au total que l'année dernière. « Les Français prévoient de se ruier bien plus que les années précédentes sur des promotions », explique Mike Hadjadj, fondateur d'iloveretail. [...]

À l'approche de Noël, la période du Black Friday est pour 30 % des Français un moyen d'acheter ses cadeaux en avance tout en faisant des économies. [...]

Cdiscount a par exemple réalisé l'année dernière, en une journée, 43 millions d'euros de chiffre d'affaires, soit « cinq fois une journée normale », un « record historique » pour le site de commerce en ligne. Sur Amazon, deux millions d'articles ont été commandés la même journée, presque le double par rapport à 2016.

Cette année, les perspectives sont impressionnantes : [...] les ventes en ligne devraient atteindre 1,3 milliard d'euros sur quatre jours et près de 5 milliards au total [...].

Arthur Marcadé, « Ce qu'il faut savoir sur le Black Friday », Le Figaro, 22 novembre 2018.

## **Doc 1 p. 72 : La « loi de l'offre »**

La quantité offerte de n'importe quel bien ou service est la quantité que les vendeurs souhaitent et sont capables de vendre. Il y a de nombreux déterminants des quantités offertes, mais une fois encore le prix joue un rôle particulier dans notre analyse. Lorsque le prix des glaces est élevé, la vente de glaces est profitable et donc la quantité offerte est grande. [...] À l'inverse lorsque le prix des glaces est faible, l'affaire est moins profitable et donc les vendeurs produisent moins de glaces. À un prix bas, certains vendeurs peuvent même décider de cesser leur activité et leur quantité offerte tombe à zéro. [...] La relation entre le prix et la quantité offerte est appelée « loi de l'offre » : toutes choses égales par ailleurs, lorsque le prix d'un bien augmente, la quantité offerte du bien augmente aussi et quand le prix baisse, la quantité offerte diminue aussi.

Gregory N. Mankiw, Mark P. Taylor, Principes de l'économie, De Boeck,  
2010.

## **Doc 2 p. 72 : Le marché immobilier londonien après les négociations**

### **liées au Brexit**

Selon les dernières statistiques officielles disponibles, le prix moyen d'un bien immobilier dans le centre de Londres a baissé de 2,3 % sur un an. Ce prix moyen est ainsi passé de 593 000 livres en septembre 2017 à 579 000 livres en septembre dernier. Qu'il semble loin le temps où les prix flambaient outre-Manche, progressant jusqu'à plus de 20 % sur un an lors de l'été 2014. Mais c'est dans le centre de Londres que la chute est la plus spectaculaire : – 4,3 % sur un an. Et plus on se rapproche du cœur de la capitale anglaise, plus les prix diminuent sensiblement. On atteint ainsi – 6,9 % sur un an en novembre dans la zone 1, c'est-à-dire à Central London.

Les nouveaux vendeurs sur le marché sont 9 % moins nombreux qu'il y a un an à la même époque pour le Grand Londres et cette chute atteint 26 % dans la zone 1. « Il apparaît que les vendeurs qui ne veulent pas baisser leur prix restent en dehors du marché, peut-être en attendant qu'il y ait davantage de certitude sur le Brexit<sup>1</sup> ou une remontée des prix », analyse dans un communiqué Miles Shippside, le directeur de Rightmove.

D'après Jean-Louis Dell'Oro, « En attendant le Brexit, la baisse des prix immobiliers s'accélère à Londres », [www.lavieimmo.com](http://www.lavieimmo.com), 20 novembre 2018.

1. Sortie du Royaume-Uni de l'Union européenne.

### **Doc 3 p. 73 : Le boom du quinoa au Pérou**

a - Le quinoa, une « graine d'or »

« Ici, le quinoa est un business. On cultive pour exporter et pas pour alimenter les pauvres. » Julio Morales ne fait pas dans la langue de bois. [...] « Si le prix du quinoa est trop bas, on ne sème pas. Point », lance-t-il. Ce commerçant péruvien travaille à El Pedregal, [...] au sud du Pérou. [...]

Il y a cinq ans, personne n'y cultivait de quinoa. La plante était une simple mauvaise herbe. [...] Mais avec l'envolée des prix en 2013, l'ex-mauvaise herbe est devenue la nouvelle poule aux œufs d'or. Jamais une culture n'avait eu un prix à la tonne aussi élevé. Encouragés par une campagne très forte du gouvernement péruvien, [...] les agriculteurs d'El Pedregal misent tout sur la graine d'or.

En à peine deux ans, le quinoa devient l'une des principales plantes cultivées dans la région d'Arequipa. Les agriculteurs réalisent jusqu'à trois récoltes par an et réussissent à avoir un rendement cinq fois plus élevé que la Bolivie. Les exportations du Pérou augmentent de presque 300 % en à peine deux ans selon la FAO. Le Pérou, qui ne produisait que 6 % du quinoa mondial en 2000, devient le premier producteur de quinoa au monde [...].

Marthe Rubió, « Quinoa boom, des hauts plateaux andins à nos assiettes, enquête sur la production de la graine d'or », Libération, décembre 2016.

## **Doc 2 p. 77 : Comment expliquer la hausse du prix des glaces à la vanille**

**?**

Les artisans qui utilisent la véritable gousse de vanille pour parfumer leurs crèmes [glacées] constatent amèrement la raréfaction du produit, et son prix toujours plus important. La raison ? Une augmentation de la demande, tirée par les géants de l'agroalimentaire, couplée à de mauvaises récoltes, notamment à Madagascar, principal fournisseur mondial de l'épice. Une conjonction qui conduit naturellement à l'explosion des prix : le kilogramme de vanille est passé de 60 dollars en 2014, à plus de 500 aujourd'hui. [...]

Près de 80 % de la vanille produite dans le monde provient en effet du nord-est de Madagascar, qui a connu plusieurs événements climatiques graves entraînant de faibles récoltes. En 2016, la production s'est élevée à seulement à 1 200 tonnes, contre 1 800 tonnes en 2014. Et en mars dernier, le cyclone Enawo a ravagé de nombreuses cultures, avec une perte estimée à 30 %. Du côté des acheteurs, les commandes sont soutenues par les grands groupes industriels, qui cherchent à monter en gamme et réintroduire la vanille naturelle dans leurs yaourts et autres produits de grande distribution. Au total, la demande mondiale serait estimée à 2 500 tonnes.

Luc Lenoir, « La hausse du prix de la vanille fait flamber le prix de revient des glaces... à la vanille », Le Figaro, 27 juin 2017.



## **Doc 1 p. 80 : Le poids des taxes dans le prix des carburants**

c - Le poids des taxes sur les carburants

Deux taxes principales s'appliquent sur le prix hors taxes de l'essence et du gazole en France : la TICPE et la TVA. C'est la différence du montant de la TICPE applicable à l'essence et au gazole qui explique l'essentiel de la différence de prix à la pompe entre ces carburants.

La TICPE (Taxe intérieure sur la consommation de produits énergétiques) [...] s'applique à tous les produits pétroliers. Montant fixe perçu par litre vendu, la TICPE est constante pour une année donnée. [...] Depuis 2014, une contribution climat-énergie [la « taxe carbone »] est intégrée dans la TICPE. Elle s'élève à 44,6 € par tonne de CO<sub>2</sub> émise en 2018 et à 55 € par tonne de CO<sub>2</sub> en 2019. [...] Un rééquilibrage de la fiscalité<sup>1</sup> entre essence et gazole est en cours : la TICPE portant sur le gazole devrait dépasser celle portant sur les essences à partir de 2021 selon la trajectoire envisagée par le gouvernement.

« Structuration des prix de l'essence et du gazole en France »,  
connaissancedesenergies.org, juillet 2018.

1. Taxes.

### **Doc 3 p. 81 : La taxe soda**

Les boissons les plus sucrées seront, dès 2019, davantage taxées afin de mieux lutter contre l'obésité. La taxation se déclenchera à partir de 1 gramme de sucre pour 100 ml et progressera jusqu'à une vingtaine d'euros par hectolitre pour un produit dépassant 11 grammes de sucres ajoutés pour 100 ml.

En 2012, deux taxes ont été instaurées, une sur les boissons sucrées de 7,53 euros par hectolitre et une autre d'exactly le même montant sur les boissons édulcorées. Les industriels choisissant de réduire le taux de sucre de leurs boissons en rajoutant de l'édulcorant ne payaient qu'une des deux taxes. Désormais, selon Agathe Cury, directrice générale du Syndicat Boissons rafraîchissantes de France, « il faudra payer les deux taxes pour une seule et même boisson ». Celle sur les produits édulcorés sera toutefois réduite à 3,5 euros par hectolitre.

Les consommateurs risquent fortement d'être directement impactés. « Cette nouvelle mouture de la taxe va rogner encore plus les marges et les industriels ne pourront pas absorber seuls cette augmentation », explique Agathe Cury. Comprendre : les prix des sodas pourraient bien augmenter.

D'après Antoine Garbay, « Conséquence d'une nouvelle taxe, le prix des sodas pourrait augmenter », Le Figaro, octobre 2017.

## **Doc 1 p. 82 : Prime à l'achat d'un vélo électrique**

[...] Les critiques fusent depuis l'annonce jeudi par le gouvernement de la prochaine suppression de la prime à l'achat d'un vélo à assistance électrique (VAE). Lancée en février par l'ancienne ministre de l'Environnement Ségolène Royal, cette prime, pouvant représenter une aide financière jusqu'à 200 euros, ne sera pas renouvelée en février. Il ne reste donc que quatre petits mois pour se décider à celles et ceux qui envisagent de se mettre à pédaler électrique.

« Maintenant, beaucoup de collectivités locales le font », s'est justifié le ministre des Comptes publics, Gérard Darmanin [...]. Depuis sa mise en place en début d'année, la prime a permis de doubler les ventes de vélos à assistance électrique, soit près de 250 000 vélos, selon le ministère de la Transition écologique. [...]

« On marche sur la tête, s'emporte Olivier Schneider, président de la Fédération française des usagers de la bicyclette. Pour seulement 200 euros, on réussissait à peu de frais à changer le comportement de nombreuses personnes, ce qui est habituellement très long et très compliqué. Elles passaient à un mode de déplacement ne rejetant aucun polluant dans l'atmosphère. »

Aymeric Renou, « Suppression de la prime : dépêchez-vous d'acheter un vélo électrique ! », Le Parisien, septembre 2017.

## **Cours : Les caractéristiques du marché (p. 84-85)**

**Acheteurs et vendeurs entrent en relation et réalisent des échanges sur des marchés dont les formes sont variées. L'offre et la demande varient en fonction des prix pratiqués sur ces marchés.**

### **Distinguer les différents marchés**

Il existe autant de marchés que de biens et de services à échanger. L'échange peut ainsi concerner des voitures, du pain, une coupe de cheveux, des produits financiers ou encore du travail, par exemple.

Ces marchés existent à des échelles variées : au niveau local (comme le marché immobilier dans la ville de Paris, voire dans un arrondissement particulier), national (par exemple, le marché du bio en France) ou international (comme le marché du pétrole).

Le terme de « marché » peut désigner aussi bien un lieu concret (comme le marché sur la place d'un village), qu'un lieu virtuel, sur lequel les acheteurs et les vendeurs ne se rencontrent pas physiquement (le marché boursier ou des boutiques en ligne, par exemple).

Enfin, les formes de l'échange sur le marché sont variables : les prix peuvent être fixés à l'avance, faire l'objet de négociations (comme ce peut être le cas sur le marché des voitures d'occasion), ou faire l'objet d'une vente aux enchères.

## **Comment le prix influence-t-il la demande et l'offre ?**

La demande désigne, sur un marché, la quantité d'un bien ou d'un service que les agents économiques (« demandeurs » ou « acheteurs ») sont prêts à acquérir à un prix donné.

Toutes choses égales par ailleurs (c'est-à-dire en supposant que les autres variables pouvant influencer la demande restent inchangées), lorsque le prix d'un bien ou d'un service augmente, les quantités demandées diminuent. Autrement dit, l'augmentation du prix du produit en question incite l'acheteur à acquérir des quantités moins importantes de ce produit. En effet, à revenu inchangé, le consommateur ne peut pas acheter autant de ce produit qu'auparavant. Il est incité à reporter ses achats sur d'autres produits équivalents. Inversement, lorsque le prix d'un produit diminue, les quantités demandées augmentent.

L'offre désigne la quantité d'un bien ou d'un service que les agents économiques (« offreurs » ou « vendeurs ») souhaitent vendre à un prix donné.

Comme pour la demande, lorsque les autres éléments pouvant avoir une influence sur l'offre restent inchangés, les quantités offertes varient lorsque le prix change. Ainsi, si le prix d'un produit augmente, l'offre augmente elle-même. En effet, les entreprises déjà présentes sur le marché cherchent à vendre plus de produits afin de réaliser des bénéfices plus importants. Par ailleurs, de nouvelles entreprises peuvent être attirées sur ce marché, et ainsi augmenter l'offre proposée. Inversement, si le prix du produit diminue, l'offre diminue également.

## **Cours : L'équilibre sur le marché (p. 86-87)**

**La rencontre, sur un marché, entre l'offre et la demande permet la formation du prix d'équilibre. Cet équilibre peut être affecté par la mise en place, par les pouvoirs publics, d'une taxe ou d'une subvention.**

### **La fixation du prix sur un marché**

Pour représenter le fonctionnement d'un marché, il est possible de construire des courbes d'offre et de demande, qui, pour chaque niveau de prix, représentent les quantités respectivement offertes et demandées sur ce marché. La courbe de demande est décroissante avec le prix, puisque la quantité demandée diminue quand le prix augmente. À l'inverse, la courbe d'offre est croissante avec le prix, puisque la quantité offerte augmente quand le prix augmente.

Dans un modèle simple de marché, le prix se fixe au point de rencontre entre la courbe d'offre et la courbe de demande. C'est le point d'équilibre. Ce point indique également la quantité d'équilibre, à savoir la quantité unique offerte et demandée au prix d'équilibre.

Si le prix est plus élevé que ce prix d'équilibre, les quantités offertes sont supérieures aux quantités demandées. On se trouve alors dans une situation de surproduction.

Une baisse du prix permet l'ajustement sur le marché afin de revenir au point d'équilibre. Si, au contraire, le prix en vigueur est trop bas, les quantités demandées sont supérieures à celles offertes. On se trouve ici dans une situation de pénurie.

Dès lors, l'ajustement se fait par une hausse du prix, qui permet un retour à l'équilibre.

## **L'impact d'une taxe ou d'une subvention sur l'équilibre du marché**

L'intervention des pouvoirs publics (État, collectivités territoriales, ou encore instance supranationale comme l'Union européenne) peut également avoir des effets sur l'équilibre du marché.

D'une part, ils ont le pouvoir de mettre en place des taxes qui peuvent avoir des effets sur les quantités échangées et sur les prix. Ces impacts peuvent être la motivation-même de l'intervention des pouvoirs publics. C'est le cas, par exemple, avec la fiscalité environnementale, constituée des impôts et des taxes créés dans le but de réduire la consommation (donc la demande) de produits et d'activités néfastes à l'environnement. Ainsi, une taxe sur la consommation doit a priori modifier les comportements des consommateurs : en augmentant le coût d'acquisition du produit, on décourage son achat, réduisant ainsi sa demande.

D'autre part, et dans la même logique, l'État peut, par la mise en place de subventions à la consommation, inciter à l'achat de certains produits par la réduction de leur coût d'acquisition, et donc en stimuler la demande. Ainsi, la mise en place d'une prime à l'achat de vélos à assistance électrique a permis d'en favoriser l'acquisition, tout en participant à l'objectif de réduction des gaz à effets de serre. Dans le même objectif de préservation de l'environnement, l'État a créé la prime à la conversion, qui incite certains ménages à acquérir des véhicules moins polluants.