

CHAPITRE 4 :

Le comportement des agents et le fonctionnement du marché concurrentiel



Il s'agira de présenter les concepts essentiels de la démarche microéconomique, plus particulièrement les décisions de consommation et de production, et les équilibres de marché. On étudiera la manière dont le consommateur optimise ses choix, en présentant les concepts d'utilité et de fonctions d'utilité, de courbes d'indifférences, de contrainte budgétaire et de taux marginal de substitution ; on étudiera les conséquences d'une variation de revenu ou de prix sur l'équilibre du consommateur. On définira et mesurera les élasticités. On étudiera les choix du producteur à partir d'une fonction de production, et la façon dont une variation du coût de l'un ou l'autre des facteurs de production modifie leur utilisation. On étudiera ensuite les différents types

L'approche microéconomique, développée dans le dernier tiers du 19^e siècle par les fondateurs du courant néoclassique, est aujourd'hui à la base des sciences économiques. Leurs analyses, qui reposent sur des hypothèses fortes, a comme point de départ l'étude du comportement des consommateurs et sera ensuite complétée, en tenant compte de certaines spécificités, par l'étude du comportement des producteurs. C'est dans le prolongement de ces analyses que va être construite l'étude du fonctionnement du marché concurrentiel qui constitue le cœur de la théorie néoclassique.

Dès lors, comment l'approche microéconomique rend-t-elle compte du comportement des agents et du fonctionnement du marché concurrentiel ?

Nous commencerons, dans la section 1, par analyser le comportement des agents. Quelle est la démarche et quelles sont les hypothèses à la base du raisonnement néoclassique ? Comment, à partir de ces modèles, rendent-ils compte du comportement du consommateur rationnel ? De la même façon, comment rendent-ils compte du comportement du producteur rationnel ? Quelles sont les limites de cette analyse ? Le consommateur et le producteur sont-ils vraiment rationnels ?

Nous poursuivrons, dans la section 2, en étudiant le fonctionnement du marché concurrentiel. Qu'est-ce qu'un marché concurrentiel dans la perspective néoclassique ? Comment se forment l'offre et la demande sur un marché concurrentiel ? Comment l'offre et la demande se rencontrent-ils sur un marché concurrentiel ? En quoi la coordination sur un marché concurrentiel est-elle efficace ? Quelles sont les critiques adressées à cette théorie ? Et, au-delà, quelles sont les limites de la marchandisation ?

PLAN DU CHAPITRE

SECTION 1 : LE COMPORTEMENT DES AGENTS	4
I. COMMENT LES NEOCLASSIQUES ANALYSENT-ILS LE COMPORTEMENT DES AGENTS ?.....	4
A) <i>Une approche microéconomique centrée sur des agents représentatifs</i>	4
1. L'approche microéconomique	4
2. Les deux agents représentatifs	4
B) <i>Les hypothèses sur le comportement des agents</i>	4
1. La figure de l'homo-oeconomicus	4
2. Le raisonnement à la marge	5
3. Le cadre concurrentiel	5
II. COMMENT LE CONSOMMATEUR PARVIENT-IL A L'EQUILIBRE ?	5
A) <i>De l'utilité aux préférences du consommateur.....</i>	5
1. L'utilité du consommateur.....	5
2. Les préférences du consommateur	6
B) <i>L'équilibre du consommateur</i>	8
1. La contrainte budgétaire du consommateur	8
2. Le panier de consommation optimal.....	8
C) <i>Les modifications de l'équilibre du consommateur</i>	9
1. Une variation du revenu modifie l'équilibre du consommateur	9
2. Une variation du prix relatif modifie l'équilibre du consommateur	10
III. COMMENT LE PRODUCTEUR PARVIENT-IL A L'EQUILIBRE ?	10
A) <i>Le cadre d'analyse du comportement du producteur.....</i>	10
1. La fonction de production	10
2. Coûts et recette du producteur	11
3. Le producteur rationnel cherche à maximiser son profit	11
B) <i>L'équilibre du producteur à court terme</i>	12
1. La loi des rendements décroissants et ses implications sur la productivité du travail	12
2. La relation entre la productivité et les coûts	13
3. La condition d'équilibre du producteur à court terme	13
C) <i>L'équilibre du producteur à long terme</i>	14
1. La combinaison productive optimale	14
2. Une variation du budget et du prix relatif des facteurs modifie la combinaison productive optimale	15
3. La quantité produite optimale et l'annulation du profit à long terme	16
IV. QUELLES LIMITES AU MODELE DE L'HOMO-OECONOMICUS ?	17
A) <i>De la rationalité parfaite aux autres modèles de rationalité</i>	17
1. La rationalité limitée et procédurale de Simon	17
2. La rationalité en valeur de Weber	18
B) <i>Au-delà de la rationalité</i>	18
1. Les biais cognitifs de l'économie comportementale	18
2. Les logiques sociales des comportements.....	19
SECTION 2 : LE FONCTIONNEMENT DU MARCHE CONCURRENTIEL	20
I. COMMENT LES NEOCLASSIQUES ANALYSENT-ILS LE MARCHE CONCURRENTIEL ?	20
A) <i>Le marché et sa représentation.....</i>	20
1. Qu'est-ce qu'un marché ?	20
2. La représentation d'un marché	21
B) <i>Le modèle concurrentiel néoclassique</i>	21
1. Le modèle de la concurrence pure et parfaite	21
2. Un modèle peu réalisé mais utile	22
II. COMMENT SE DETERMINENT L'OFFRE ET LA DEMANDE SUR UN MARCHE CONCURRENTIEL ?	22
A) <i>La demande sur un marché concurrentiel.....</i>	22
1. La construction de la courbe de demande	22
2. La forme de la courbe de demande.....	23
3. Les déplacements de la courbe de demande	24
B) <i>L'offre sur un marché concurrentiel.....</i>	25
1. La construction de la courbe d'offre	25
2. La forme de la courbe d'offre	26
3. Les déplacements de la courbe d'offre	27
III. EN QUOI LE MARCHE CONCURRENTIEL ASSURE-T-IL UNE COORDINATION EFFICACE DES AGENTS ?	28
A) <i>L'équilibre sur un marché concurrentiel</i>	28
1. La détermination de l'équilibre sur un marché	28

2.	La convergence vers l'équilibre sur un marché	29
3.	La modification de l'équilibre sur un marché	30
B)	<i>L'équilibre sur un marché concurrentiel est efficace.</i>	31
1.	Le marché concurrentiel génère des gains à l'échange	31
2.	Le marché concurrentiel assure une allocation optimale des ressources	32
3.	L'intervention de l'Etat dans les mécanismes du marché concurrentiel est perturbatrice..	32
C)	<i>L'équilibre général et ses enjeux.</i>	33
1.	La possibilité de l'équilibre général	33
2.	La stabilité de l'équilibre général	34
3.	Les relations entre équilibre général et optimum de Pareto	34
IV.	QUELLES CRITIQUES ENVERS L'EXTENSION DE LA SPHERE MARCHANDE ?	35
A)	<i>Un processus historique aux effets néfastes</i>	35
1.	Le « fétichisme de la marchandise » de Marx	35
2.	La « grande transformation » de Polanyi.....	35
B)	<i>Les critiques sociologiques et philosophiques</i>	36
1.	La « marchandisation du social » de Bourdieu	36
2.	La « société de marché » de Sandel	36
REFERENCES	37

SECTION 1 : LE COMPORTEMENT DES AGENTS

C'est dans le dernier tiers du 19^e siècle que Léon Walras¹, Stanley Jevons² et Carl Menger³ posent les fondements de la théorie néoclassique de façon non concertée. Cette théorie, qui repose sur certaines hypothèses fortes sur le comportement des agents (I) a comme point de départ l'étude du comportement des consommateurs (II) et sera complétée, en tenant compte de certaines spécificités, par l'étude du comportement des producteurs (III). Les hypothèses qui sont à la base de l'édifice néoclassique font néanmoins l'objets de nombreuses critiques (IV).

I. COMMENT LES NEOCLASSIQUES ANALYSENT-ILS LE COMPORTEMENT DES AGENTS ?

L'analyse néoclassique inaugure une approche microéconomique centrée sur des agents représentatifs : le consommateur et le producteur (A). Par ailleurs, elle repose sur des hypothèses fortes concernant le comportement des agents censés agir tels des homo-oeconomicus dans un cadre concurrentiel (B).

A) *Une approche microéconomique centrée sur des agents représentatifs*

1. L'approche microéconomique

Les **économistes néoclassiques** inaugurent une approche en économie qualifiée de microéconomique.

La microéconomie a pour point de départ **l'étude du comportement des agents économiques individuels**, micro signifiant « petit » en grec. Il s'agit donc d'une approche fondée sur l'individualisme méthodologique. La microéconomie considère donc que le fonctionnement global de l'économie résulte de **l'agrégation des comportements individuels**.

Cette approche **s'oppose à la macroéconomie**, notamment représentée par les travaux de Keynes.

2. Les deux agents représentatifs

L'étude du comportement des agents à l'échelle microéconomique repose sur deux **agents représentatifs** :

- **Le consommateur** représente le comportement type de l'agent qui consomme en achetant des biens et services sur le marché.
- **Le producteur** représente le comportement type de l'agent qui produit une certaine quantité de biens et services à partir d'une certaine combinaison de facteurs de production.

B) *Les hypothèses sur le comportement des agents*

1. La figure de l'homo-oeconomicus

Pour étudier le comportement des agents, les néoclassiques partent de **l'hypothèse que les individus sont des homo-oeconomicus**. L'homo-oeconomicus figure un agent économique qui :

- Est doté d'une **rationalité parfaite**, c'est-à-dire qu'il dispose de toutes les informations et les prend toutes en compte.
- Est **calculateur**, c'est-à-dire que pour prendre ses décisions, l'homo-oeconomicus procède à des calculs. Son comportement peut donc être modélisé à l'aide d'équations mathématiques.
- Est **maximisateur**, c'est-à-dire que l'homo-oeconomicus cherche à atteindre la situation la plus optimale compte-tenu de ses contraintes. Lorsqu'il y parvient, il atteint une situation qualifiée d'équilibre.

L'homo-oeconomicus correspond, dans la perspective néoclassique à une fiction, une figure abstraite, **un modèle**, c'est-à-dire une représentation simplifiée de la réalité qui ne recouvre donc que partiellement le comportement réel des agents. Ce modèle, fondé sur l'hypothèse de rationalité, est néanmoins **nécessaire à la construction de l'édifice néoclassique** qui vise à étudier le comportement de chaque agent. S'il n'y avait aucune logique dans le comportement de l'individu, on ne pourrait tout simplement pas l'étudier.

2. Le raisonnement à la marge

Le courant néoclassique va introduire la « **révolution marginaliste** ». En effet, ils considèrent que les homoœconomicus, afin de parvenir à une situation optimale, prennent des décisions « à la marge ». Cela signifie que **les agents économiques ne raisonnent pas sur des quantités globales ou moyennes mais sur des quantités additionnelles**, appelées aussi marginales. Ainsi, pour prendre une décision, le consommateur rationnel ou le producteur rationnel compare ce qu'il « gagne » en plus à ce qu'il « perd » en plus lorsqu'il consomme ou produit une unité supplémentaire.

3. Le cadre concurrentiel

Dans la théorie néoclassique, les consommateurs rationnels et les producteurs rationnels font leur choix dans un **cadre concurrentiel**. Dans leur perspective, cela signifie que **la concurrence ne se joue que sur les prix et que les agents sont price taker** c'est-à-dire qu'ils prennent le prix qui se fixe sur le marché dans les conditions que nous étudierons dans la section 2.

II. COMMENT LE CONSOMMATEUR PARVIENT-IL A L'EQUILIBRE ?

La théorie microéconomique du consommateur, qui prend ses racines dans les travaux des fondateurs du courant néoclassique, modélise le comportement de ce dernier en partant de l'hypothèse que celui-ci est un homoœconomicus cherchant à maximiser sa satisfaction dans un contexte de rareté. Pour étudier cela, il est utile de décomposer le comportement du consommateur en analysant d'abord comment les néoclassiques appréhendent la satisfaction du consommateur au travers du concept d'utilité et ses préférences (A). Le consommateur étant contraint par son budget, on étudiera ensuite le modèle permettant de rendre compte de la façon dont le consommateur rationnel parvient à l'équilibre en maximisant sa satisfaction sous contrainte (B). Ce modèle servira enfin pour analyser la façon dont l'équilibre du consommateur se modifie lorsque son revenu ou les prix des biens évoluent (C).

A) *De l'utilité aux préférences du consommateur*

1. L'utilité du consommateur

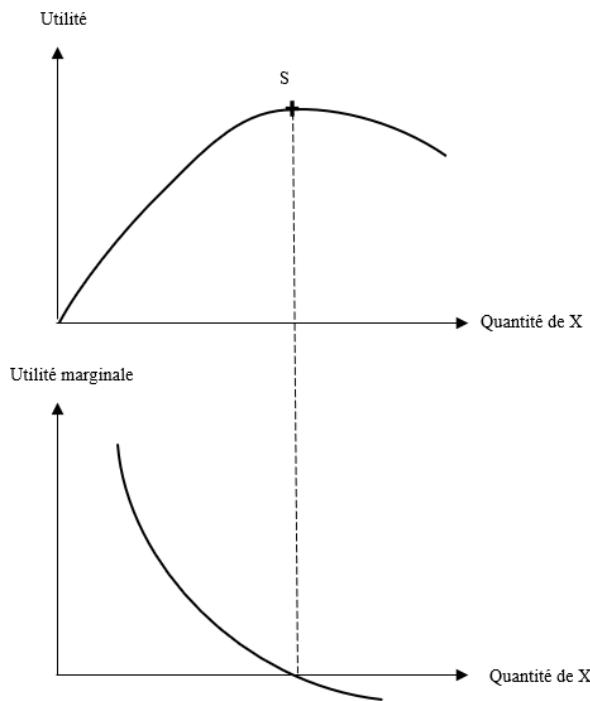
Dans la théorie microéconomique standard, le consommateur rationnel agit de façon à maximiser sa satisfaction. **L'utilité** désigne la satisfaction procurée par la consommation d'un bien et son niveau dépend de la quantité consommée.

Les microéconomistes utilisent une fonction d'utilité pour représenter sous forme mathématique la relation entre les quantités d'un bien consommé et la satisfaction obtenue par le consommateur. Dès lors, l'utilité (U) qu'un consommateur retire de la consommation d'un bien X s'écrit $U = f(X)$. Deux consommateurs pourront avoir une fonction d'utilité différente car la satisfaction retirée de la consommation d'un bien est une question de goût. La formation de ces goûts est laissée de côté par les économistes néoclassiques qui considèrent qu'elle relève d'autres disciplines : ce sont des données exogènes.

Ils partent toutefois de **l'hypothèse que l'intensité d'un besoin est décroissante au fur et à mesure que la quantité consommée augmente** : c'est la « **loi d'intensité décroissante des besoins** » formulée dès 1738 par Daniel Bernoulli, et traduisant la proposition commune selon laquelle « plus on mange, moins on a faim »¹. Ainsi, lorsque la quantité consommée augmente, l'utilité augmente mais de moins en moins vite jusqu'à atteindre un point de satiété où le consommateur rationnel s'arrête de consommer car toute nouvelle unité consommée viendrait diminuer sa satisfaction. Autrement dit, l'utilité marginale, soit la satisfaction supplémentaire procurée par une variation à la marge de la quantité consommée, diminue avec la quantité consommée jusqu'à devenir nulle au point de satiété. En considérant les biens parfaitement divisibles, l'utilité marginale (U_m) s'obtient par la dérivée de la fonction d'utilité.

Les fonctions d'utilité et d'utilité marginale peuvent être représentées graphiquement par deux courbes (figure 1). La courbe d'utilité marginale est croissante avec les quantités consommées d'un bien X quelconque jusqu'au point de satiété (S). La courbe d'utilité marginale est, elle, décroissante avec les quantités et positive jusqu'à ce même point.

Figure 1 : Courbes d'utilité et d'utilité marginale



Les premiers développements de la théorie néoclassique se sont fondés sur une conception dite cardinale de l'utilité en supposant que le consommateur pouvait mesurer par un indice quantitatif précis, une « note », la satisfaction procurée par la consommation de chaque unité d'un bien. Dès lors, l'utilité totale retirée de la consommation d'un panier de biens était mesurée en additionnant l'utilité procurée par la consommation de chacun des biens composant le panier. Néanmoins, cette conception a rapidement été abandonnée pour deux raisons principales. Premièrement, elle néglige les interdépendances entre les consommations. Par exemple, l'utilité de la consommation de fromage peut dépendre de la quantité de pain contenue dans le panier. C'est ce qui a amené Francis Y. Edgeworth⁴ à repenser la fonction d'utilité en supposant que le consommateur attribuait directement une « note » globale correspondant à l'utilité procurée par la consommation d'un panier de biens. Deuxièmement, cette conception apparaît foncièrement irréaliste car le consommateur est souvent incapable de chiffrer l'utilité procurée par la consommation d'un bien ou d'un panier de biens. **Depuis Vilfredo Pareto⁵, on adopte une conception ordinaire de l'utilité** selon laquelle le consommateur est seulement capable d'indiquer un ordre de préférence. C'est à partir de cette conception de l'utilité, que Vilfredo Pareto va élaborer sa théorie des préférences du consommateur qui sert encore aujourd'hui de référence en microéconomie.

2. Les préférences du consommateur

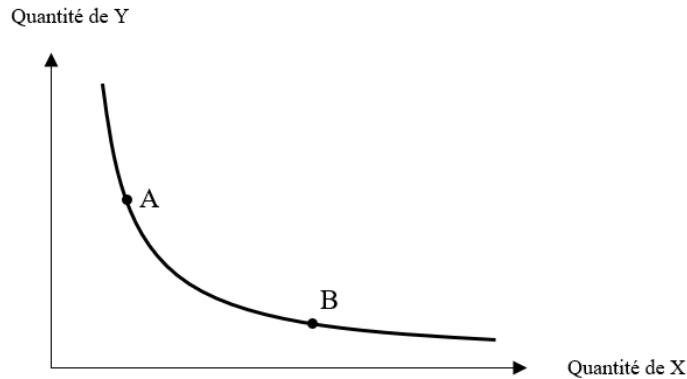
La théorie des préférences du consommateur repose sur **plusieurs hypothèses**.

- Tout d'abord, **les préférences sont complètes et transitives**. En effet, le consommateur étant rationnel, il sait toujours s'il préfère consommer une unité d'un bien X plutôt qu'une unité d'un bien Y, et inversement, ou s'il est indifférent entre les deux. Et s'il préfère consommer une unité supplémentaire du bien X plutôt que du bien Y et du bien Y plutôt que du bien Z, alors il préférera consommer une unité supplémentaire du bien X plutôt qu'une unité supplémentaire du bien Z.
- Ensuite, **le consommateur n'est jamais totalement saturé d'un bien**. Autrement dit, si l'utilité marginale est bien décroissante, elle reste positive c'est-à-dire que toute augmentation de la quantité consommée lui procure une satisfaction supplémentaire même si elle est de plus en plus faible.
- Enfin, **les produits sont parfaitement divisibles** ce qui facilite la représentation graphique des préférences du consommateur.

La technique des courbes d'indifférence, développée par Francis Y. Edgeworth **permet de représenter graphiquement les préférences du consommateur**. Une courbe d'indifférence représente l'ensemble des combinaisons de deux biens

qui procurent au consommateur un même niveau d'utilité : le point A et le point B dans la figure 2. Si l'on remplace X et Y par de l'eau gazeuse et de l'eau plate, il est facile de comprendre qu'un consommateur n'ayant pas de préférence marquée puisse être assez indifférent entre un panier composé de beaucoup d'eau plate et peu d'eau gazeuse et un panier composé, à l'inverse, de beaucoup d'eau gazeuse et peu d'eau plate

Figure 2 : Courbe d'indifférence

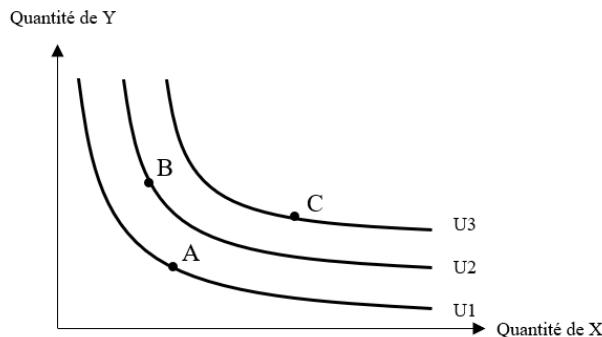


Les courbes d'indifférence ont une forme particulière qui ne doit rien au hasard.

- **Elles ont une pente négative.** En effet, du fait de l'hypothèse de non saturation, il est supposé que toute hausse de la quantité consommée d'un bien augmente la satisfaction du consommateur, c'est-à-dire procure une utilité marginale positive. Dans cette perspective, la baisse de la consommation d'un des biens ne peut être compensée que par une hausse de la consommation de l'autre bien pour conserver le même niveau de satisfaction.
- Par ailleurs, **elles sont convexes**. Pour conserver le même niveau d'utilité, le consommateur est prêt à sacrifier une grande quantité du bien abondant dans son panier pour obtenir une unité supplémentaire du bien rare, et inversement. C'est le **taux marginal de substitution (TMS)** qui mesure la variation de la quantité consommée d'un bien qui est nécessaire, le long d'une courbe d'indifférence, pour compenser une variation à la marge de la quantité consommée de l'autre bien composant le panier. Intuitivement, c'est la quantité d'un bien que le consommateur est prêt à sacrifier pour obtenir une unité supplémentaire de l'autre bien afin de conserver le même niveau de satisfaction. Graphiquement, le TMS correspond à la pente d'une courbe d'indifférence en un point. Mathématiquement, il est égal au rapport des utilités marginales des deux biens soit $Um(X)/Um(Y)$. La convexité des courbes traduit ainsi le fait que le TMS est décroissant le long d'une courbe d'indifférence comme l'ont démontré les travaux de John Hicks et Roy G. D. Allen (1934)⁶.

A chaque niveau d'utilité correspond une nouvelle courbe d'indifférence. Deux courbes d'indifférence ne peuvent se croiser et plus la courbe d'indifférence est éloignée de l'origine, plus elle correspond à un niveau de satisfaction élevé. L'ensemble des courbes d'indifférence est appelé carte d'indifférence. Dans la figure 3, la combinaison C est celle qui procure la plus grande satisfaction au consommateur car elle est située sur la courbe d'indifférence qui est la plus éloignée de l'origine.

Figure 3 : Carte d'indifférence



Le modèle néoclassique repose ainsi sur certaines hypothèses concernant les préférences qui sont à la base de la théorie microéconomique du consommateur. Néanmoins, ce ne sont pas les seuls éléments à prendre en compte pour analyser la façon dont le consommateur opère ses choix.

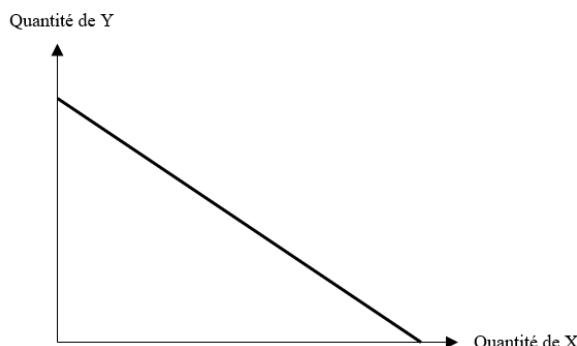
B) L'équilibre du consommateur

1. La contrainte budgétaire du consommateur

Le consommateur ne peut tenir compte seulement de ses préférences pour faire ses choix. En effet, **il ne peut choisir que parmi les combinaisons qui sont possibles compte-tenu de sa contrainte budgétaire**. Celle-ci dépend de son revenu qui détermine son budget mais aussi du prix des biens qui composent son panier. Ces derniers s'imposent à lui et constituent ainsi des données exogènes.

Pour représenter graphiquement les choix possibles du consommateur, les microéconomistes représentent la droite de budget qui délimite les différentes combinaisons de biens X et Y que le consommateur peut acquérir en fonction de son budget. On peut la tracer à partir des deux points extrêmes en déterminant combien de biens X le consommateur peut acquérir si son panier n'est composé que de biens X et combien de biens Y le consommateur peut acquérir si son panier n'est composé que de biens Y, en supposant qu'il dépense l'intégralité de son budget. La droite de budget représentée dans la figure 4 délimite les différentes combinaisons de biens X et Y que le consommateur peut acquérir en fonction de son budget. Chaque point de la droite de budget représente une combinaison de biens X et Y que le consommateur peut obtenir en dépensant l'intégralité de son budget. En-dessous, le consommateur ne dépense pas l'intégralité de son budget et, au-dessus, les combinaisons de biens sont inaccessibles car le consommateur dépasse son budget.

Figure 4 : Droite de budget



Mathématiquement, la contrainte budgétaire peut être formalisée ainsi : $B = Px.X + Py.Y$ avec B correspondant au budget du consommateur ; Px au prix d'un bien X ; X à la quantité consommée du bien X ; Py au prix d'un bien Y et Y à la quantité consommée du bien Y. On peut en déduire l'équation de la droite de budget $Y = -(Px/Py).X + (B/Py)$. La pente de la droite de budget est donc déterminée par le rapport des prix des deux biens composant le panier du consommateur.

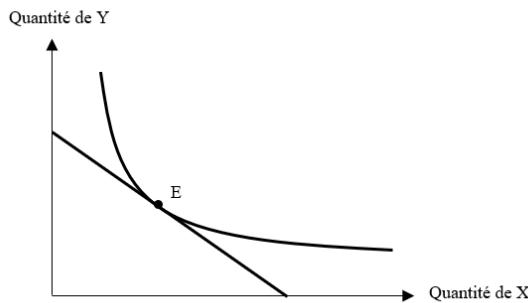
En tenant compte à la fois des préférences du consommateur et de sa contrainte budgétaire, on peut déterminer son panier de consommation optimal.

2. Le panier de consommation optimal

Le consommateur rationnel cherche à maximiser sa satisfaction compte-tenu de sa contrainte budgétaire. Pour cela, il doit déterminer la combinaison des deux biens qui lui permet de maximiser son utilité mais aussi de respecter son budget : c'est le panier de consommation optimal.

Ce dernier peut se déterminer en représentant, sur le même graphique, les préférences du consommateur via les courbes d'indifférence et sa contrainte budgétaire via la droite budgétaire. Dès lors, le panier optimal du consommateur correspond au point d'intersection entre la droite de budget et la courbe d'indifférence la plus élevée possible. Sur la figure 5, c'est le point (E) où la droite de budget est confondue avec la tangente de la courbe d'indifférence la plus haute.

Figure 5 : Equilibre du consommateur



A ce point, la pente de la courbe d'indifférence, correspondant au rapport des utilités marginales, et celle de la droite de budget, donnée par le rapport des prix, sont identiques. Ainsi, mathématiquement, l'équilibre du consommateur correspond au point où le rapport des utilités marginales égalise le rapport des prix ce qui est équivalent à la situation où les utilités marginales pondérées par les prix sont égales. **A ce point, le consommateur n'a pas intérêt à modifier son panier tant que ses revenus ou les prix ne sont pas modifiés : il est à l'équilibre.**

Ce modèle peut être aussi mobilisé de façon plus dynamique pour étudier ses réactions lorsque son revenu ou les prix des biens se modifient.

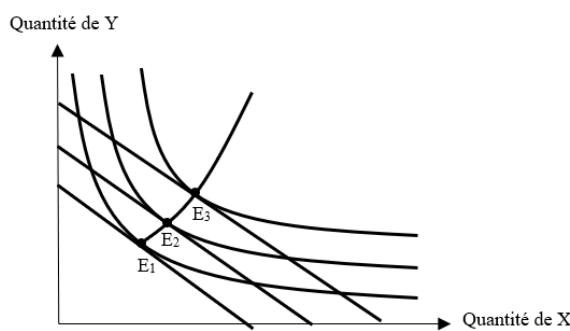
C) Les modifications de l'équilibre du consommateur

1. Une variation du revenu modifie l'équilibre du consommateur

Si le revenu du consommateur change, toutes choses égales par ailleurs, sa contrainte budgétaire va être affectée ce qui va modifier l'équilibre du consommateur.

- La figure 6 permet de rendre compte du cas où le consommateur voit son revenu augmenter. Le budget qu'il consacre à la consommation va lui aussi croître. Ainsi, sa contrainte budgétaire se relâche et la droite de budget va se déplacer parallèlement vers le haut car il peut acquérir des paniers de biens qui n'étaient auparavant pas accessibles et que le rapport des prix n'a pas changé. En conséquence, l'équilibre du consommateur se déplace et va se situer à l'intersection entre cette nouvelle droite de budget et une courbe d'indifférence plus éloignée de l'origine traduisant un niveau d'utilité plus élevé. La courbe de consommation-revenu rejoint les points d'équilibre successifs du consommateur lorsque son revenu varie. Elle montre l'évolution du panier optimal du consommateur lorsque son revenu change.

Figure 6 : Déplacement de l'équilibre du consommateur suite à des hausses successives de son revenu



- De la même façon, si le revenu du consommateur diminue, la droite de budget se déplace vers le bas et l'équilibre va se situer à l'intersection entre cette dernière et une courbe d'indifférence plus proche de l'origine, traduisant un niveau d'utilité plus faible.

Le consommateur rationnel réagit également à un changement du prix relatif des biens composant son panier.

2. Une variation du prix relatif modifie l'équilibre du consommateur

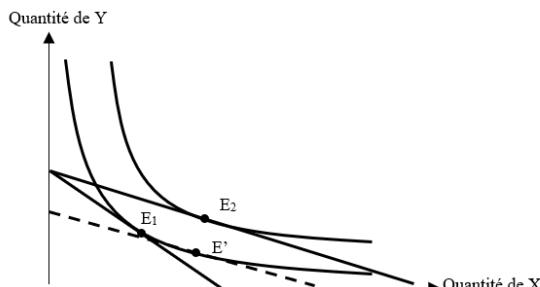
La variation du prix de l'un des biens modifie l'équilibre du consommateur dans la mesure où la pente de la droite de budget, déterminée par le rapport des prix, est modifiée. Ce déplacement est lié à deux effets notamment mis en évidence par John Hicks⁷ : un effet-substitution et un effet-revenu.

- **L'effet-substitution** traduit le fait que la variation du prix de l'un des biens modifie la composition du panier optimal du consommateur. Par exemple, si le panier est composé de biens X et de biens Y et que le prix du bien X diminue, alors le consommateur va diminuer sa consommation de biens Y, relativement plus chers, et lui substituer une quantité plus grande de biens X.
- **L'effet-revenu** traduit le fait que la variation du prix d'un bien affecte la contrainte budgétaire du consommateur dans son ensemble. Dans notre exemple, la baisse du prix de X accroît le pouvoir d'achat du consommateur qui peut consommer plus de biens X mais aussi plus de biens Y.

Au total, la modification du prix de l'un des biens induit un nouvel équilibre correspondant à un nouveau niveau d'utilité et une composition du panier de biens différente. Dans notre exemple, le panier optimal du consommateur, suite à une baisse du prix du bien X, permet d'atteindre un niveau d'utilité supérieur et est davantage intensif en biens X qu'auparavant.

Il existe plusieurs méthodes pour identifier l'effet-substitution et l'effet-revenu. Celle de John Hicks, représentée dans la figure 7, consiste à tracer une droite de budget fictive parallèle à la nouvelle droite de budget et croisant la précédente courbe d'indifférence. Le déplacement sur la courbe d'indifférence initiale traduit l'effet-substitution (de E₁ à E₂) et le passage à une nouvelle courbe d'indifférence traduit l'effet-revenu (de E' à E₂).

Figure 7 : Représentation de l'effet-substitution et de l'effet-revenu suite à une baisse du prix de X selon la méthode de John Hicks



Si la théorie microéconomique du consommateur repose sur des hypothèses fortes, elle permet bien de rendre compte de certains comportements observés dans la réalité tels la chute des achats de produits biologiques face à la récente hausse des prix. Elle a pour corollaire la théorie microéconomique du producteur.

III. COMMENT LE PRODUCTEUR PARVIENT-IL A L'EQUILIBRE ?

La théorie microéconomique du producteur a été construite en analogie avec celle du consommateur par les économistes néoclassiques. Le producteur, supposé agir lui aussi en homo-œconomicus, est celui qui vend des biens (et services) aux consommateurs mais aussi celui qui, pour produire, a besoin de facteurs de production. Il s'agira, dans cette partie du chapitre, de poser le cadre d'analyse du comportement du producteur (A) avant d'étudier comment celui-ci parvient à l'équilibre, en distinguant la courte période (B) de la longue période (C).

A) Le cadre d'analyse du comportement du producteur

1. La fonction de production

Grâce à son activité, le producteur produit une certaine quantité de biens et de services : l'output. Pour cela, il doit notamment combiner des facteurs de production : les inputs. On distingue le plus souvent deux facteurs de production : le travail, noté L, qui correspond à l'ensemble des activités humaines mobilisées pour produire, et le capital, noté K, qui désigne l'ensemble des biens durables (outils, machines, bâtiments, terrains, etc.) utilisés pour produire. La

combinaison productive est l'association, dans une certaine proportion, de ces deux facteurs de production. Ceux-ci peuvent être complémentaires et, dans ce cas, il n'existe qu'une seule combinaison productive possible fixée par la technologie. Cependant, les économistes néoclassiques font l'hypothèse que les facteurs de production sont substituables. Dès lors, pour un état des techniques donné il existe plusieurs combinaisons productives possibles, plus ou moins capitalistiques.

Les microéconomistes utilisent une fonction de production, notion introduite par le britannique Philip H. Wicksteed (1894)⁸, pour représenter sous forme mathématique la relation entre la quantité de facteurs utilisés pour produire (les *inputs*) et la quantité produite (l'*output*). Dès lors, le produit total (PT) ou *output*, c'est-à-dire la quantité produite par un producteur grâce aux facteurs de production, s'écrit $PT = f(L, K)$.

Depuis Alfred Marshall⁹, on distingue la courte période de la longue période dans la mesure où les conditions et les choix que le producteur doit opérer ne sont pas les mêmes : à court terme, le capital est fixe et seule la quantité de travail varie puisque cela est plus facile et rationnel sur une petite période alors que, à long terme tous les facteurs sont variables et le producteur peut changer d'échelle de production.

La modélisation du processus de production n'est cependant qu'une étape dans la construction de la théorie microéconomique du producteur. Comprendre le comportement du producteur, tel qu'il est représenté dans le cadre néoclassique, nécessite de fournir une analyse détaillée de ses coûts mais aussi de sa recette.

2. Coûts et recette du producteur

Pour produire, le producteur supporte des coûts qui correspondent à l'ensemble des dépenses qu'il doit réaliser pour produire un certain volume de production. On appelle l'ensemble de ces coûts le **coût total (CT)**.

Tous les coûts ne sont cependant pas de même nature : il y a des **coûts variables (CV)**, qui varient en même temps que la quantité produite, et des **coûts fixes (CF)** qui, au moins à court terme, restent constants quelle que soit la quantité produite. Par exemple, pour un restaurateur, le loyer représente un coût fixe quel que soit le nombre de clients servis alors que tous les ingrédients qui entrent dans la composition des plats constituent des coûts variables. Dès lors, **le coût total (CT) s'obtient en additionnant les coûts fixes et les coûts variables : $CT = CF + CV$** .

A partir du coût total, **on peut calculer le coût moyen (CM)**, qui correspond au coût supporté en moyenne pour la production de chaque unité, en rapportant le coût total (CT) aux quantités produites (Q). Mathématiquement, $CM = CT/Q$.

Le coût marginal (Cm) désigne, lui, le coût supplémentaire induit par une variation à la marge de la quantité produite. En supposant les biens parfaitement divisibles, il s'obtient par la dérivée du coût total.

Produire permet également de générer une recette. La recette du producteur correspond au montant des ventes qu'il réalise, soit son chiffre d'affaires. La recette totale (RT) s'obtient en multipliant le prix de vente du marché (P) par les quantités vendues (Q). Mathématiquement, $RT = P \cdot Q$.

La recette moyenne (RM) du producteur correspond alors à la recette perçue en moyenne par la vente d'une unité. Elle s'obtient mathématiquement en rapportant la recette totale à la quantité vendue : $RM = RT/Q$.

La recette marginale (Rm) du producteur désigne, elle, la variation de recette induite par une variation à la marge des quantités vendues. En considérant les biens parfaitement divisibles, elle correspond mathématiquement à la dérivée de la recette totale.

Si le microéconomiste s'intéresse aux coûts de production et à la recette du producteur, c'est parce qu'ils constituent des éléments clés dans la compréhension du comportement du producteur.

3. Le producteur rationnel cherche à maximiser son profit

Le profit est au cœur de la théorie microéconomique du producteur. Le profit (π) s'obtient en soustrayant de la recette totale le coût total de production. On peut ainsi écrire : $\pi = RT - CT$.

Le profit moyen correspond alors au profit réalisé en moyenne pour chaque unité vendue. Il s'obtient en soustrayant la recette moyenne au coût moyen.

Le profit marginal désigne la variation de profit liée à une variation à la marge de la quantité vendue. Il se calcule en soustrayant la recette marginale au coût marginal.

Dans la théorie néoclassique, le producteur est considéré comme un homo-œconomicus qui cherche à maximiser son profit. Bien sûr il s'agit là d'un modèle qui ne recouvre qu'imparfaitement les différentes motivations des entrepreneurs dans la réalité mais permet de simplifier le comportement du producteur pour mieux l'analyser. Pour maximiser son profit, le producteur rationnel doit raisonner à la marge et produire jusqu'à ce que la dernière unité produite ne lui rapporte plus aucun profit supplémentaire. Dit autrement, **le producteur doit produire la quantité pour laquelle son profit marginal est nul.**

Mathématiquement, cela implique que pour maximiser son profit **le producteur doit produire la quantité pour laquelle la recette marginale égalise le coût marginal : $R_m = C_m$.** En effet, si chaque nouvelle unité produite lui rapporte plus qu'elle ne lui coûte alors le producteur continuera à faire du profit. Ainsi, le producteur rationnel a intérêt à produire jusqu'à ce que la production d'une nouvelle unité lui rapporte autant qu'elle ne lui coûte.

En somme, comme pour le consommateur, la théorie microéconomique du producteur repose sur l'hypothèse que celui-ci agit de façon rationnelle dans le but de maximiser son profit. Pour cela, le producteur doit opérer plusieurs choix relatifs à sa combinaison productive et au volume de production. L'étude de l'équilibre du producteur rend compte de ces différents choix en distinguant la courte période de la longue période.

B) L'équilibre du producteur à court terme

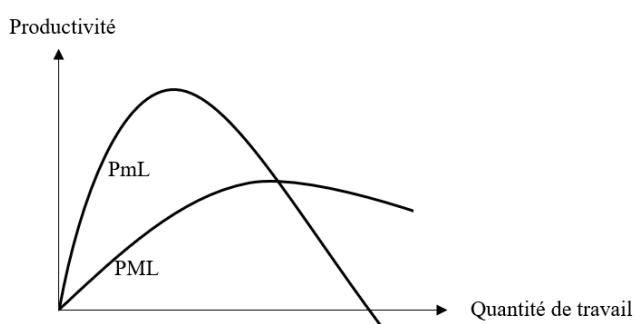
1. La loi des rendements décroissants et ses implications sur la productivité du travail

Pour mesurer la contribution de chacun des facteurs à la production, c'est-à-dire les rendements factoriels, on a recours au concept de productivité, en distinguant la productivité du travail de celle du capital. La **productivité moyenne (PM)** d'un facteur indique la quantité produite par unité de facteur de production employé. La **productivité marginale (Pm)** d'un facteur indique la production supplémentaire procurée par une variation à la marge de la quantité d'un facteur. En supposant les facteurs parfaitement divisibles, la productivité marginale de chaque facteur s'obtient par un calcul de dérivée partielle.

A court terme, c'est la productivité du travail qui détermine l'évolution de la production, le capital étant fixe. Or, la théorie microéconomique du producteur repose sur **certaines hypothèses, parmi lesquelles la « loi des rendements décroissants »**. Formulée dès 1768 par Turgot¹⁰, elle explique qu'à partir d'un certain seuil, la productivité marginale d'un facteur diminue lorsque son utilisation augmente, les autres facteurs restant constants. Ainsi, à partir d'un certain niveau de production, l'augmentation de la quantité de travail permet de produire plus mais les rendements de chaque nouvelle unité de travail sont de moins en moins élevés.

La forme des courbes de productivité moyenne (PML) et marginale du travail (PmL), présentées dans la figure 8, est directement liée à cette hypothèse : **la courbe de productivité marginale du travail est croissante dans une première phase puis décroissante à partir d'un certain seuil et coupe la productivité moyenne du travail en son maximum.** En effet, tant que la productivité marginale reste supérieure à la productivité moyenne, cette dernière s'élève mécaniquement, et inversement.

Figure 8 : Courbes de productivité moyenne et marginale

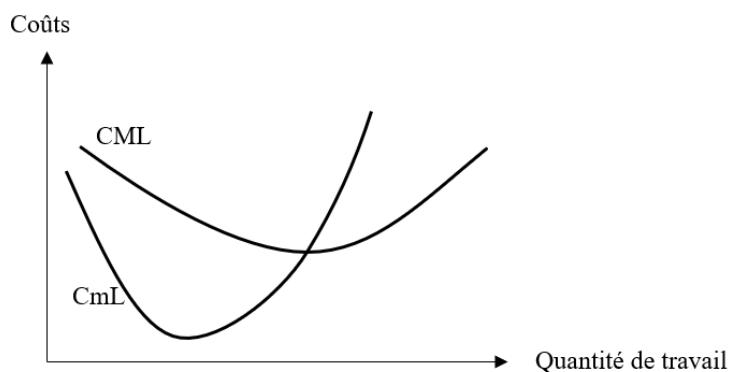


La forme de ces courbes de productivité impacte directement celle des courbes de coût.

2. La relation entre la productivité et les coûts

Lorsque la quantité produite augmente, il est raisonnable de penser que le coût total de production augmente. Le rythme de cette augmentation est mesuré par le coût marginal. Or, rappelons-le, à court terme seule la quantité de travail varie, le facteur capital étant considéré comme fixe. Ainsi, en courte période, le coût marginal correspond au coût du travail associé à une variation marginale de la production. Celui-ci dépend alors du taux de salaire qui, dans la perspective néoclassique est fixé sur le marché du travail et constitue donc une donnée, ainsi que de la productivité marginale du travail. En effet, pour un taux de salaire donné, plus la quantité produite en une heure de travail supplémentaire est importante et plus le coût de l'unité de production supplémentaire est faible. Dit autrement, plus la productivité marginale du travail est forte et plus le coût marginal va être faible. En généralisant, **pour un taux de salaire donné, le coût moyen et le coût marginal varient en sens inverse de la productivité moyenne et de la productivité marginale du travail**. On peut ainsi déduire des courbes de productivité moyenne et de productivité marginale les courbes de coût moyen et de coût marginal à court terme (figure 9).

Figure 9 : Courbes de coût moyen et marginal



Compte-tenu de l'évolution de ses coûts, le producteur doit donc déterminer à court terme le volume de production qui lui permettra de maximiser son profit.

3. La condition d'équilibre du producteur à court terme

Les courbes de productivité et de coûts pourraient laisser croire que le producteur a intérêt à produire la quantité pour laquelle la productivité marginale du travail est maximum et le coût marginal minimum. Il atteint alors le point le plus efficace du point de vue technique.

Néanmoins, l'objectif du producteur étant de maximiser son profit, il peut avoir intérêt à augmenter son volume de production en mobilisant davantage de facteur travail tant que la productivité marginale du travail reste positive et même si celle-ci est décroissante. En effet, dans cette phase, toute hausse de la quantité produite lui permet un surcroît de production même s'il est de plus en plus faible. Il est donc rationnel de continuer à produire et d'augmenter alors la quantité de travail pour cela.

Plus précisément, le producteur a intérêt à augmenter la quantité de travail tant que ce que lui rapporte une unité de travail supplémentaire est supérieur à ce que cela lui coûte. Or, ce que lui rapporte une unité de travail supplémentaire est directement déterminé par la productivité marginale du travail (PmL) ainsi que par le prix du marché (P). De l'autre côté, ce que lui coûte une unité de travail supplémentaire est directement déterminé par le taux de salaire (W) fixé sur le marché du travail. Ainsi, on peut formaliser la condition d'équilibre du producteur de la façon suivante : $W = PmL \cdot P$ ce qui peut se réécrire $W/P = PmL$. Cela signifie que le producteur a intérêt à demander du travail jusqu'à ce que le salaire réel (W/P) égalise la productivité marginale du travail (PmL). A ce point, il produira la quantité qui maximise son profit et sera alors à l'équilibre.

On comprend donc pourquoi, dans une perspective néoclassique, toute hausse du salaire réel conduit à une diminution de la demande de travail de la part des producteurs : les dernières unités de travail coûtant désormais plus chers qu'elles ne rapportent, la demande de travail va diminuer. La demande de travail est ainsi une fonction décroissante du salaire réel (voir chapitre 10).

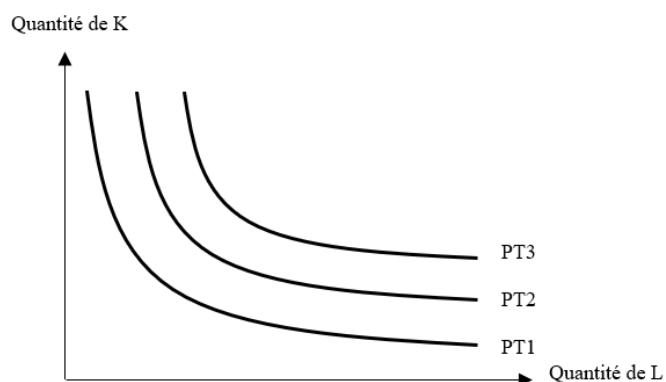
Ce raisonnement ne peut pas être entièrement transposé à la longue période. En effet, à long terme, tous les facteurs de production sont variables. Le producteur doit donc déterminer la quantité à produire qui maximise son profit et, pour celle-ci, la combinaison productive optimale. Pour simplifier l'analyse, il peut être utile de décomposer ces deux problèmes en commençant par le choix de la combinaison productive optimale.

C) L'équilibre du producteur à long terme

1. La combinaison productive optimale

A long terme, l'ensemble des facteurs sont variables et plusieurs combinaisons productives sont possibles afin d'atteindre un certain niveau de production pour un état des techniques donné. A l'instar des préférences pour le consommateur, **les microéconomistes représentent ces différentes possibilités au travers d'une courbe : l'isoquante.** Une isoquante indique l'ensemble des combinaisons des deux facteurs, le travail (L) et le capital (K), qui permettent de produire la même quantité. Comme on le constate dans la figure 10, à chaque niveau de production, correspond une nouvelle isoquante. Deux isoquantes ne peuvent se croiser et plus l'isoquante est éloignée de l'origine et plus elle correspond à un niveau de production élevé.

Figure 10 : Les isoquantes



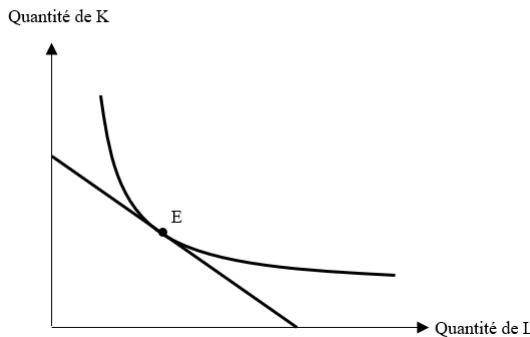
La pente des isoquantes est négative car la productivité marginale des facteurs reste positive dans leur phase rationnelle d'utilisation. Ainsi, toute hausse de la quantité d'un facteur augmente la quantité produite et la moindre utilisation d'un facteur doit être compensée par une plus grande utilisation de l'autre facteur pour conserver le même niveau de production. **Les isoquantes sont également convexes** en raison de la loi des rendements décroissants. En effet, un facteur détenu en abondance a une productivité marginale moindre que celle d'un facteur rare. **C'est le taux marginal de substitution technique (TMST) qui indique la variation de la quantité d'un facteur qui est nécessaire, le long d'une isoquante, pour compenser une variation à la marge de la quantité utilisée de l'autre facteur de production.** Cela représente ainsi la quantité d'un facteur que le producteur doit sacrifier pour obtenir une unité supplémentaire de l'autre facteur afin de produire la même quantité. Graphiquement, le TMST correspond à la pente d'une isoquante en un point. Mathématiquement, il est égal au rapport entre la productivité marginale du travail et la productivité marginale du capital.

Le producteur ne peut pas choisir n'importe quelle combinaison productive en fonction de sa contrainte budgétaire qui dépend de son budget (B) mais aussi du prix des facteurs (P_L et P_K) qui s'imposent à lui et constituent ainsi des données exogènes. **Pour représenter graphiquement les choix possibles du producteur, les microéconomistes représentent la droite d'isocoût** qui délimite les différentes combinaisons de travail et de capital que le producteur peut mobiliser en fonction de son budget. Mathématiquement, **la contrainte budgétaire du producteur peut être formalisée ainsi : $B = P_L \cdot L + P_K \cdot K$** avec B correspondant au budget du producteur, P_L au prix du facteur travail ; L à la quantité de facteur travail utilisée ; P_K au prix du facteur capital et K à la quantité de facteur capital utilisée. On peut en déduire **l'équation de la droite d'isocoût : $K = -(P_L/P_K) \cdot L + (B/P_K)$** . La pente de la droite d'isocoût est donc déterminée par le rapport des prix des facteurs travail et capital entrant dans la combinaison productive du producteur.

La combinaison productive optimale du producteur est celle qui lui permet de maximiser les quantités produites tout en respectant sa contrainte budgétaire. Pour la déterminer, les microéconomistes procèdent de la même façon

que pour le consommateur en représentant, sur le même graphique, les isoquantes et la droite d'isocoût (figure 11). Dès lors, la combinaison productive optimale correspond au **point d'intersection entre la droite d'isocoût et l'isoquante la plus élevée possible** (point E). En d'autres termes, c'est le point où la droite d'isocoût est confondue avec la tangente de l'isoquante la plus haute.

Figure 11 : Equilibre du producteur



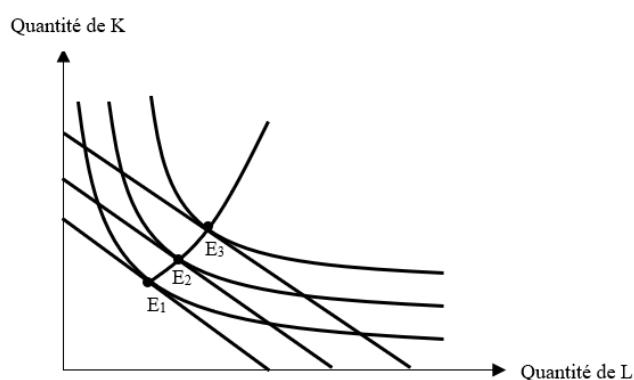
Pour cette combinaison productive optimale, la pente de l'isoquante, correspondant au rapport des productivités marginales, et celle de la droite d'isocoût, donnée par le rapport des prix des facteurs, sont identiques. Ainsi, mathématiquement, la combinaison productive optimale correspond au point où le rapport des productivités marginales égalise le rapport des prix des facteurs ce qui est équivalent à la situation où les productivités marginales pondérées par les prix des facteurs sont égales.

Lorsqu'il atteint cette combinaison productive optimale, le producteur n'a pas intérêt à modifier la quantité de facteurs de production tant que son budget ou le prix relatif des facteurs ne sont pas modifiés.

2. Une variation du budget et du prix relatif des facteurs modifie la combinaison productive optimale

Une variation de budget, toutes choses égales par ailleurs, va modifier la combinaison productive optimale du producteur. Par exemple, une hausse de son budget va se traduire graphiquement par un déplacement de la droite d'isocoût vers le haut. L'équilibre va alors se situer au point d'intersection entre cette nouvelle droite d'isocoût parallèle à la première, le prix des facteurs demeurant inchangé, et une isoquante plus éloignée de l'origine représentant un plus grand volume de production. Dans ce cadre, le producteur change d'échelle de production. Le sentier d'expansion représenté dans la figure 12 décrit comment évolue la combinaison productive optimale, pour un prix relatif des facteurs constant, quand on développe les capacités de production. C'est la courbe qui joint les différents points d'équilibre du producteur.

Figure 12 : Sentier d'expansion



La variation du prix de l'un des facteurs va également modifier la combinaison productive optimale du producteur via les deux effets déjà identifiés pour le consommateur : l'effet-substitution et l'effet-revenu. Par exemple, la hausse

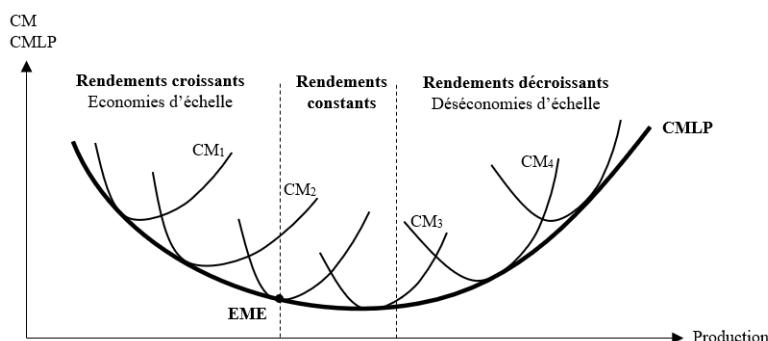
du prix du travail va se traduire par une substitution du capital au travail donc une diminution de la quantité de travail et une hausse de la quantité de capital pour chaque niveau de production (effet-substitution). Mais cela va aussi se traduire par une baisse du budget du producteur qui pourra acquérir moins de travail mais aussi moins de capital (effet-revenu). Au total, la combinaison productive optimale suite à une hausse du prix du travail correspond à un niveau de production moindre et est plus capitaliste.

L'étude de l'équilibre du producteur à long terme impose de prolonger l'analyse pour déterminer la quantité produite optimale.

3. La quantité produite optimale et l'annulation du profit à long terme

Le producteur rationnel va chercher à produire la quantité qui lui permet de maximiser son profit. Pour la déterminer, il est nécessaire d'analyser l'évolution des coûts du producteur en longue période. Pour cela, les économistes ont l'habitude de représenter l'évolution du coût moyen au travers d'une « courbe enveloppe ». Tous les facteurs étant variables, le producteur peut accroître son échelle de production. Pour chaque changement de niveau de production, on peut représenter une nouvelle fonction de coût moyen de courte période. **La courbe de coût moyen de long terme « enveloppe » l'ensemble des courbes de coût moyen de court terme, d'où son appellation.**

Figure 13 : La courbe enveloppe



La forme de cette courbe, représentée dans la figure 13, repose sur **certaines hypothèses concernant l'évolution des rendements d'échelle** qui indiquent comment évolue la production lorsqu'un producteur augmente la quantité des deux facteurs dans les mêmes proportions.

- **Dans une première phase, les rendements sont croissants** ce que signifie que l'augmentation de la quantité de facteurs induit une hausse plus que proportionnelle de la production. Cela est à l'origine d'économies d'échelle, les facteurs étant utilisés plus efficacement. En conséquence, le coût moyen décroît avec l'échelle de production.
- **Dans une deuxième phase, les rendements d'échelle sont constants** c'est-à-dire que l'augmentation de la production est proportionnelle à l'augmentation de la quantité de facteurs. Ainsi, le coût moyen reste stable et on appelle échelle minimum efficace (EME) l'échelle de production à partir de laquelle l'entreprise atteint le coût moyen minimum de longue période.
- **Dans une troisième phase, les rendements d'échelle sont décroissants** : toute augmentation de la quantité de facteurs se traduit par une augmentation moins que proportionnelle de la production. Cela est à l'origine de déséconomies d'échelle et le coût moyen augmente.

Expliquer la décroissance des rendements d'échelle à partir d'un certain seuil n'a cependant rien d'évident car, à long terme, il n'existe pas de loi des rendements décroissants puisque tous les facteurs sont variables. Dans les dernières éditions de ses *Principes*, Alfred Marshall⁹ développera une explication fondée sur la distinction entre économies d'échelle internes et externes. Les économies d'échelle internes désignent la baisse du coût moyen lorsque la quantité produite augmente du fait de facteurs internes à l'entreprise. Elles s'expliquent par la présence de coûts fixes qui, lorsqu'ils sont répartis sur un grand nombre d'unités produites, font baisser le coût moyen. Elles peuvent également être liées à une meilleure organisation de la production au sein de l'entreprise puisque l'accroissement de la taille permet, par exemple, d'approfondir la division du travail. Les économies d'échelle externes trouvent, elles, leur origine

dans l'environnement de l'entreprise. Elles bénéficient à toutes les entreprises opérant dans le même secteur dès lors que la production augmente globalement. Cela peut découler du fait que plus la production progresse et plus les entreprises d'une même branche peuvent bénéficier d'infrastructures efficaces et d'une main-d'œuvre qualifiée ce qui permet d'abaisser le coût moyen de ces entreprises. L'existence d'économies d'échelle externes est donc cohérente avec le fait que lorsqu'une entreprise est la seule à augmenter son volume de production ses coûts moyens ne baissent pas. Cette explication sera contestée par les travaux de Piero Sraffa¹¹ dans les années 1920.

L'évolution du profit à long terme est également un élément qui, au premier abord, peut susciter des interrogations. Dans un cadre concurrentiel, toute perspective de profit entraîne nécessairement l'entrée d'un nouveau producteur sur le marché. Or, l'arrivée d'un nouveau producteur fait augmenter les quantités offertes et donc baisser les prix. En conséquence, la recette du producteur, égale au prix de marché, diminue et le profit qui en découle également. Ce mécanisme se perpétue jusqu'à ce que le profit devienne nul, c'est-à-dire jusqu'à ce que le prix ait atteint le minimum du coût moyen.

A noter que le fait que le producteur ne reçoive plus de profit à long terme ne signifie pas, pour les économistes, qu'il ne perçoive pas de rémunération. Le producteur reçoit la rémunération du facteur capital qu'il fournit. Sa rémunération est donc intégrée dans les coûts de production. L'annulation du profit à long terme n'implique donc pas la fermeture de l'entreprise.

Au final, **la théorie microéconomique du producteur de long terme est souvent considérée comme moins robuste** en l'absence de loi des rendements décroissants sur longue période. C'est pourquoi, on raisonne le plus souvent à court terme.

IV. QUELLES LIMITES AU MODELE DE L'HOMO-OECONOMICUS ?

La théorie néoclassique standard repose sur l'hypothèse que les agents sont des homo-oeconomicus donc des êtres parfaitement rationnels, calculateurs et maximisateurs. Or, de nombreuses analyses, tant en économie qu'en sociologie, sont venues remettre en cause cette hypothèse. Certaines mettent en avant d'autres modèles de rationalité (A) quand d'autres remettent même en cause la rationalité des agents (B).

A) *De la rationalité parfaite aux autres modèles de rationalité*

1. La rationalité limitée et procédurale de Simon

Dans la théorie néoclassique standard, les agents sont supposés agir en **homo-œconomicus**. Cet idéal-type repose sur l'idée que les individus disposent d'une rationalité parfaite. Dès lors, les choix des consommateurs et des producteurs peuvent être appréhendés comme le résultat d'un calcul de maximisation sous contrainte : les consommateurs cherchent à maximiser leur utilité sous contrainte budgétaire et les producteurs ont pour objectif de maximiser leur profit compte-tenu de leur budget et des possibilités techniques. Pour y parvenir, le modèle admet que les agents disposent de toute l'information qui leur est utile à chaque instant et qu'ils la mobilisent pour effectuer leurs calculs optimisateurs à la façon d'un ordinateur.

Si cette représentation est aujourd'hui considérée comme réductrice et irréaliste, c'est un penseur transdisciplinaire, **Herbert A. Simon**¹² qui va, le premier remettre en cause ce modèle de la rationalité qu'il qualifie de substantielle. Ses travaux portent sur des champs aussi divers que l'économie, la sociologie des organisations, les sciences politiques, la psychologie ou l'intelligence artificielle et ont pour fil conducteur les problèmes de décision. La démarche qui lui vaudra d'être récompensé du prix Nobel d'économie en 1978 vise à produire une analyse réaliste de la rationalité humaine. Son premier apport réside dans le concept de rationalité limitée (*bounded rationality*). Celle-ci repose sur le **constat que les agents économiques n'ont ni les capacités cognitives, ni les informations, ni même un temps suffisant pour prendre une décision optimale**. Ils se contentent alors de fixer un niveau de satisfaction à atteindre et retiennent la première solution égalisant ou dépassant ce seuil de satisfaction. Par exemple, un consommateur qui souhaite acheter une baguette de pain pour le déjeuner ne va pas faire le tour de toutes les boulangeries de la ville pour collecter toute l'information sur les prix et la qualité des produits vendus puis prendre un temps non négligeable pour les comparer à partir de ces critères. Il va se contenter de choisir la boulangerie qui, selon lui et le temps qu'il peut consacrer à cette décision, lui apporte le meilleur rapport qualité/prix.

Par la suite, Herbert A. Simon¹³ va élargir son analyse de la rationalité en montrant que celle-ci ne réside pas dans le résultat obtenu mais dans la procédure de décision elle-même : c'est la rationalité procédurale. Autrement dit, est considérée comme « bonne » non une solution qui atteint un certain niveau de satisfaction prédefini mais une solution reposant sur des procédures de « délibération appropriée » ce qui change l'angle d'analyse : « nous devons nous attendre à ce que l'esprit utilise les informations imparfaites qu'il possède, simplifie et se représente la situation comme il peut, et fasse les calculs qui sont en son pouvoir. Nous ne pouvons escompter prédire ce qu'il fera dans de telles situations, à moins que nous ne sachions quelles informations il a, quelles formes de représentation il préfère et de quels algorithmes il dispose. »

En développant les concepts de rationalité limitée et de rationalité procédurale, **Herbert A. Simon** va ouvrir la voie à une série de travaux cherchant à remettre en cause la figure de l'homo-œconomicus.

2. La rationalité en valeur de Weber

Max Weber¹⁴, fidèle à sa méthode, va établir une typologie d'idéaux-types de motifs d'action pour comprendre les différentes motivations de l'action des individus dans lequel il fait apparaître **deux types d'actions rationnelles** (voir chapitre 3).

- **L'action rationnelle en finalité** (rationnelle par rapport à un but) a lieu quand l'individu « oriente son activité d'après les fins, moyens et conséquences subsidiaires et qui confronte en même temps rationnellement les moyens et la fin, la fin et les conséquences subsidiaires et enfin les diverses fins possibles entre elles. »
- **L'action rationnelle en valeur** a lieu quand l'individu « agit d'une manière purement rationnelle en valeur celui qui agit sans tenir compte des conséquences prévisibles de ses actes, au service qu'il est de sa conviction portant sur ce qui lui apparaît comme commandé par le devoir, la dignité, la beauté, les directives religieuses, la piété ou la grandeur d'une « cause », quelle qu'en soit la nature. »

Cela permet ainsi **d'élargir la conception de la rationalité** en finalité qui correspond à celle de l'homo-œconomicus. En effet, les agents économiques peuvent agir rationnellement au regard de leurs valeurs.

- **Au niveau des consommateurs, on peut l'illustrer au travers du concept de « consommation engagée**», analysée par Sophie Dubuisson-Quellier¹⁵, qui traduit la volonté des citoyens d'exprimer directement, par leurs choix marchands, des positions politiques. Par exemple, selon l'enquête 2020 du CREDOC (centre de recherche pour l'étude et l'observation des conditions de vie), parmi les critères dont les consommateurs déclarent qui les incitent à l'achat, ceux liés à la préservation de l'environnement, à la fabrication locale et au respect des droits des salariés ont connu une progression. Ainsi, un consommateur peut choisir rationnellement de payer plus cher pour obtenir un bien au nom de ses valeurs.
- **Au niveau des producteurs, on peut l'illustrer au travers de l'exemple des entreprises à mission.** Depuis 2019, la **loi PACTE** (relative à la croissance et à la transformation des entreprises) a introduit la qualité de **société à mission**. La qualité de « société à mission » est une qualité attribuée aux sociétés qui **intègrent des objectifs sociaux et/ou environnementaux** dans leurs statuts et ajustent leur mode de fonctionnement pour garantir leur atteinte. On peut donner l'exemple de l'entreprise Unbottled créée en 2021 (voir chapitre 1). Ainsi, au-delà de la maximisation du profit, certaines entreprises se donnent aujourd'hui explicitement comme objectif de contribuer positivement à la société ou à l'environnement.

B) Au-delà de la rationalité

1. Les biais cognitifs de l'économie comportementale

A partir des années 1970, en collaboration avec Amos Tversky, le psychologue Daniel Kahneman¹⁶ va remettre en cause la figure de l'homo-œconomicus en démontrant l'existence de biais cognitifs. Ces derniers renvoient à l'idée **qu'il existe des « anomalies » comportementales systématiques au regard de l'hypothèse de rationalité standard**. Plus simplement, les agents semblent analyser des situations et prendre leurs décisions d'une façon qui n'est pas conforme à une analyse parfaitement rationnelle reposant sur le traitement logique de toute l'information disponible. En effet, leurs ressources cognitives ne leur permettent pas d'utiliser des règles rationnelles et ils recourent alors à des raccourcis cognitifs : des « heuristiques », qui correspondent à des opérations mentales « intuitives, rapides et automatiques ». En conséquence, il avance que les décisions prises par les agents qui interviennent sur les marchés sont le plus souvent mauvaises. En effet, les décisions individuelles sont prises à partir d'erreurs de perception, de

jugement ou de calculs provenant d'heuristiques déficientes. Ses travaux lui vaudront d'être récompensé du prix Nobel d'économie en 2002.

A l'appui d'expériences en laboratoire et d'observations, l'économie comportementale va mettre en évidence de nombreux biais. Par exemple, les agents ont tendance à prendre leurs décisions en fonction d'un point de référence spécifique, déjà disponible facilement, sans chercher à acquérir davantage d'information : c'est l'**effet d'ancrage**. Selon le point de référence, le résultat de la négociation entre les parties ne sera alors pas le même. Les agents sont également sensibles à la façon dont une décision risquée leur est présentée. Si l'accent est mis sur les pertes plutôt sur les gains le choix de l'agent s'orientera vers la décision qui minimise les pertes alors même que le résultat est le même. Cet **effet de cadrage** est à relier au fait que les agents accordent plus d'importance, à montant égal, aux pertes qu'aux gains et ils sont alors prêts à prendre beaucoup plus de risques pour éviter une perte. Cette **aversion aux pertes** peut créer des obstacles à la négociation sur un marché. L'**effet de dotation** met par ailleurs en évidence que les agents qui possèdent un objet lui attribuent généralement une valeur supérieure par rapport au prix qu'ils seraient prêts à payer pour l'acquérir. Le **biais de statu quo** explique la tendance des agents à ne pas modifier leurs choix même s'il serait pertinent de le faire, à la manière d'un consommateur qui conserve son forfait téléphonique auprès du même opérateur alors que des offres concurrentes lui permettraient de payer moins cher. Plusieurs raisons peuvent l'expliquer : l'incertitude quant à la qualité du service concurrent par exemple, l'aversion à la perte, la volonté d'éviter les regrets ou encore la tendance à la procrastination. Les **décisions des agents ne semblent également pas fondées sur des probabilités objectives**. Ils ont notamment tendance à surestimer l'occurrence d'événements de faible probabilité et à se fonder sur des informations stéréotypées. Par ailleurs, comme l'ont montré les expériences de Richard Thaler¹⁷, prix Nobel d'économie en 2017, les préférences des agents se sont pas toujours cohérentes dans le temps : entre « consommer une pomme immédiatement » et « consommer deux pommes demain », la plupart des agents choisissent la première option. En proposant l'alternative « consommer une pomme dans un an » et « consommer deux pommes dans un an et un jour », les mêmes agents choisissent majoritairement la deuxième option. La **préférence pour le présent** peut alors conduire à une inversion des préférences dans le temps ce qui peut mener à des choix irrationnels.

En définitive, en mettant en évidence l'existence de biais cognitifs, l'économie comportementale a contribué à remettre en cause la figure de l'homo-œconomicus (ou « Econos »), au cœur de la théorie néoclassique. Pour autant, comme l'écrit Richard Thaler¹⁸ : « *les théories qui reposent sur l'hypothèse que nous sommes tous des Econos ne doivent pas forcément être mises au placard. Elles peuvent encore servir de point de départ à des modèles plus réalistes. Dans certaines circonstances, par exemple quand les problèmes à résoudre sont simples ou que les acteurs de l'économie ont des compétences très spécialisées, alors les modèles à Econos peuvent donner une approximation correcte de ce qui se passe dans le monde réel* ». La théorie néoclassique constitue donc une analyse, parmi d'autres dans divers champs, susceptibles d'éclairer le comportement complexe des individus.

2. Les logiques sociales des comportements

Les sociologues ont développé de nombreux travaux montrant que **les comportements individuels ne sont pas simplement mis par une logique de rationalité**. Dans sa typologie, Max Weber¹⁴ met en évidence deux autres idéaux-types des motifs d'action (voir chapitre 3) :

- **L'action affective** est un acte dont l'auteur est dominé par la passion et par ses émotions, qui par définition est irréfléchi au sens où aucune stratégie n'est suivie.
- **L'action traditionnelle** est « une manière morne de réagir à des excitations habituelles qui s'obstine dans la direction d'une attitude acquise autrefois », elle est guidée par les coutumes.

Si, dans nos sociétés modernes caractérisées par la rationalisation des activités sociales, l'action rationnelle en finalité tend à prendre de plus en plus d'importances, ces motifs d'action restent pertinents pour rendre compte de certains comportements des consommateurs (« l'achat impulsif » par exemple, sur lequel les publicitaires jouent pour stimuler la consommation) et également de certains comportements des producteurs (l'absence de changements stratégiques par exemple).

Par ailleurs, de nombreux travaux, sur les comportements des consommateurs en particulier, montrent que **la consommation n'est pas qu'un acte économique mais aussi un acte social**. On peut en donner deux illustrations.

- **Pierre Bourdieu¹⁹ a remis en cause l'idée selon laquelle les modes de consommation – et les jugements de goût – relèveraient du choix personnel.** Ainsi, la fréquentation des musées, théâtres, opéras... est largement le fait des

classes dominantes. Et si chacun peut pratiquer un sport, les statistiques font apparaître que tout le monde ne s'oriente pas vers le même : le tennis est l'apanage des classes supérieures. Les classes moyennes s'orientent plutôt vers la natation, et les classes populaires vers le football. On retrouve ce système de différences dans tous les domaines : habillement, alimentation, lectures... Bourdieu explique ces régularités par le concept d'*habitus* qui génère des « styles de vie » propre à chaque classe sociale (voir chapitre 3) : les classes dominantes définissent et imposent le « bon goût », la classe moyenne se caractérise par sa « bonne volonté culturelle », les classes populaires sont condamnées au « choix du nécessaire ».

- Thorstein Veblen²⁰, au travers de son concept de « consommation ostentatoire » a montré que la consommation pouvait répondre à une logique sociale caractéristique des sociétés urbaines à la recherche de signes distinctifs entre les individus. La consommation ostentatoire désigne une consommation dont le but est de signifier aux autres la position sociale de l'individu qui la réalise (voir chapitre 1). Le relatif anonymat de la ville a tendance à faire que la « norme des apparences » y est plus forte, alors qu'en milieu rural, l'interconnaissance rendrait caduque les démonstrations ostentatoires. Dès lors, on assiste à une double phénomène d'imitation-distinction qui guide les logiques de consommation : le groupe social supérieur cherche à se distinguer par ses consommations, ces dernières sont imitées par le groupe social inférieur ce qui conduit les premiers à se tourner vers d'autres types de consommation.

SECTION 2 : LE FONCTIONNEMENT DU MARCHE CONCURRENTIEL

L'étude du fonctionnement du marché concurrentiel constitue le cœur de la théorie néoclassique. Cette étude, qui repose sur certaines hypothèses (I), permet de comprendre comment se déterminent l'offre et la demande sur un marché concurrentiel (II) et comment leur rencontre aboutit à un équilibre optimal (III). Cependant, l'extension de la sphère marchande n'est pas sans susciter de nombreuses critiques (IV).

I. COMMENT LES NEOCLASSIQUES ANALYSENT-ILS LE MARCHE CONCURRENTIEL ?

Cherchant à transposer au domaine économique des méthodes des sciences de la nature, notamment des sciences physiques, les néoclassiques étudient le fonctionnement du marché concurrentiel dans un cadre théorique spécifique dont il s'agira ici de présenter les fondements en se concentrant d'abord sur le marché en lui-même (A) avant de s'intéresser au modèle concurrentiel (B).

A) *Le marché et sa représentation*

1. Qu'est-ce qu'un marché ?

Dans la perspective néoclassique, le marché n'est pas nécessairement un lieu physique. C'est une **représentation abstraite qui figure la rencontre de l'offre et de la demande aboutissant à la détermination d'un prix auquel se déroule l'échange**. Ainsi, dès qu'il y a un échange contre un prix entre deux agents on peut donc parler de marché ou d'échange marchand.

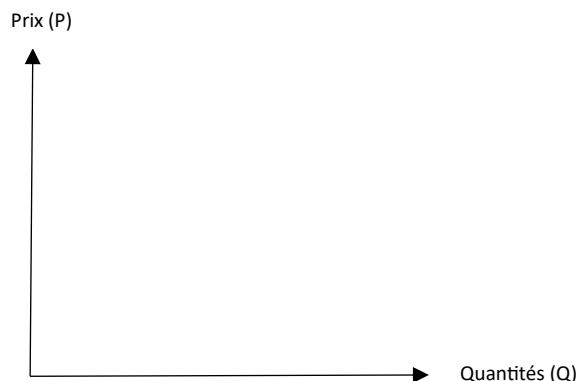
Les néoclassiques distinguent habituellement **trois types de marchés** :

- **Le marché des biens et services** sur lequel s'échangent des produits matériels ou immatériels destinés à la consommation ou à la production. Sur ce marché, les offreurs correspondent à ceux qui souhaitent vendre un bien ou un service à un certain prix (principalement les entreprises) et les demandeurs correspondent à ceux qui souhaitent acheter un bien ou un service à un certain prix (en particulier les ménages).
- **Le marché du travail** sur lequel s'échange le travail humain. Sur ce marché, les offreurs correspondent aux travailleurs qui vendent leur force de travail et les demandeurs correspondent aux employeurs qui ont besoin de facteur travail. Le prix de cet échange est le salaire réel.
- **Le marché des capitaux** sur lequel s'échange du capital (monétaire). Sur ce marché, les offreurs correspondent aux agents qui sont en capacité de financement alors que les demandeurs correspondent aux agents qui sont en besoin de financement. Le prix de cet échange est le taux d'intérêt réel.

2. La représentation d'un marché

Depuis les travaux d'A. Marshall²¹, il est d'usage de **représenter un marché graphiquement en plaçant**

- **en abscisse : les quantités**
- **en ordonnée : les prix.**



B) *Le modèle concurrentiel néoclassique*

1. Le modèle de la concurrence pure et parfaite

Si, dans la réalité, il existe une grande variété de marchés, la théorie néoclassique standard est fondée sur l'étude d'un type de marché particulier : le marché concurrentiel. Cherchant à développer une analyse scientifique, s'appuyant sur l'outil mathématique, les économistes néoclassiques vont construire un modèle pour rendre compte du fonctionnement de ce type de marché : **la concurrence pure et parfaite (CPP)**. Dans ce cadre simplificateur, **la concurrence s'exerce uniquement via les prix** et aucun agent ne peut les influencer : on dit qu'ils sont **price taker** ou preneurs de prix.

Le modèle de concurrence pure et parfaite est le fruit d'une lente émergence. Si Léon Walras¹ est le premier à en présenter le cadre d'analyse, il revient à l'économiste américain Frank Knight²² d'en avoir présenté explicitement **les cinq conditions**.

- Premièrement, **l'atomicité du marché**, c'est-à-dire la présence d'un grand nombre d'offreurs et de demandeurs. Elle est nécessaire pour qu'aucun agent ne puisse à lui seul influencer le marché, en particulier les prix.
- Deuxièmement, **les produits doivent être homogènes**. Dit autrement, les produits doivent être semblables pour que la concurrence ne s'exerce que via les prix.
- Troisièmement, **la fluidité** doit permettre à n'importe quel agent d'entrer sur le marché ou d'en sortir. Par exemple, aucune barrière ne doit limiter l'entrée d'un nouveau producteur sur le marché.
- Quatrièmement, **les facteurs de production doivent être parfaitement mobiles** ce qui garantit que le travail et le capital se déplacent vers les activités les plus rémunératrices.
- Cinquièmement, **l'information doit être transparente** c'est-à-dire que les agents doivent bénéficier de toute l'information disponible sur les produits afin de prendre leurs décisions en connaissance de cause.

Certains économistes contestent l'expression de concurrence pure et parfaite et lui préfèrent celle de **concurrence parfaite**. Celle-ci tend d'ailleurs désormais à prédominer dans les travaux économiques. Dans tous les cas, le peu de réalisme de ce modèle est souvent mis en cause.

2. Un modèle peu réaliste mais utile

Les conditions de la concurrence pure et parfaite étant très restrictives, elles ne sont que très rarement, voire jamais, satisfaites dans la réalité. En effet, le plus souvent, une ou plusieurs conditions ne sont pas réunies sur le marché, on parle alors de concurrence imparfaite.

L'irréalisme de ces hypothèses, dont les économistes néoclassiques étaient bien conscients, ne doit pas pour autant amener à rejeter entièrement ce modèle. En effet, pour les microéconomistes, cette simplification est une nécessité pour rendre compte de manière rigoureuse du fonctionnement des marchés dans la réalité. La démarche est ici celle des sciences de la nature, « *comme en mécanique pure, on suppose d'abord des machines sans frottements* » écrit Léon Walras¹.

Ainsi, si ce modèle ne permet pas d'éclairer l'ensemble des mécanismes à l'œuvre sur les différents marchés, il n'en demeure pas moins performant pour éclairer certains phénomènes comme la hausse des prix sur le marché du blé qui est fortement concurrentiel. Par ailleurs, les méthodes d'analyse sur lequel il repose peuvent être également mobilisées pour rendre compte du fonctionnement de certains marchés en concurrence imparfaite.

II. COMMENT SE DETERMINENT L'OFFRE ET LA DEMANDE SUR UN MARCHE CONCURRENTIEL ?

C'est à partir de la théorie microéconomique du consommateur et du producteur que les économistes néoclassiques vont rendre compte de la manière dont se déterminent la demande (A) et l'offre (B) sur un marché.

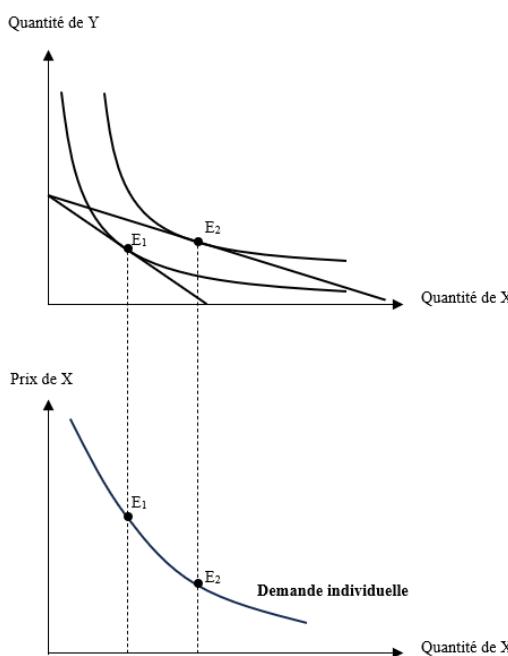
A) La demande sur un marché concurrentiel

1. La construction de la courbe de demande

Pour construire la courbe de demande, on s'intéresse en premier lieu à la quantité d'un bien qu'un consommateur est prêt à acquérir à un prix donné : c'est la **demande individuelle**. Cette dernière met donc en relation la quantité demandée par un consommateur et le prix, « toutes choses égales par ailleurs », c'est-à-dire en considérant les autres déterminants de la demande - goûts, revenu, prix des autres biens - constants.

Comme on peut l'observer dans la figure 1, **la courbe de demande individuelle se construit à partir des équilibres successifs du consommateur lorsque le prix d'un bien varie**.

Figure 1 : De l'équilibre du consommateur à la courbe de demande individuelle



Même si ce procédé a des limites, la théorie néoclassique standard considère que **la demande sur le marché s'obtient en agrégeant l'ensemble des demandes individuelles pour chaque niveau de prix**, d'où l'appellation parfois utilisée

de demande agrégée. La courbe de demande représente donc graphiquement la relation entre le prix d'un bien et la quantité de ce bien que l'ensemble des consommateurs sur un marché sont prêts à acquérir.

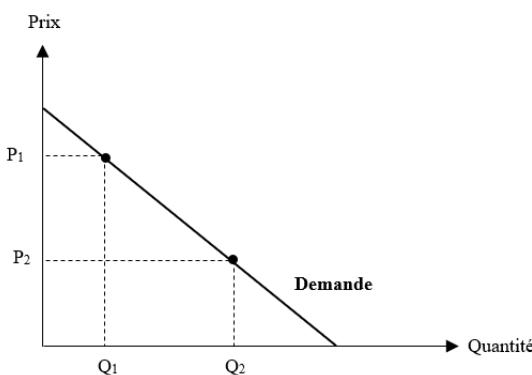
La forme de la courbe de demande est donc directement reliée au comportement de chaque consommateur sur le marché.

2. La forme de la courbe de demande

La courbe de demande est, dans la majorité des cas, décroissante : plus le prix d'un bien augmente et plus la quantité demandée sur le marché diminue, et inversement. Cette relation est appelée **loi de la demande** et est liée au comportement rationnel du consommateur, étudié précédemment, suite à une modification de prix.

On peut, pour simplifier, supposer que la demande évolue de façon linéaire et peut donc être représentée par une droite, comme dans la figure 2 et dans la suite de ce chapitre. Conformément à la loi de la demande, on observe bien que pour un prix élevé (P_1), les quantités demandées (Q_1) sont faibles alors que pour un prix plus bas (P_2), les quantités demandées (Q_2) sont plus importantes.

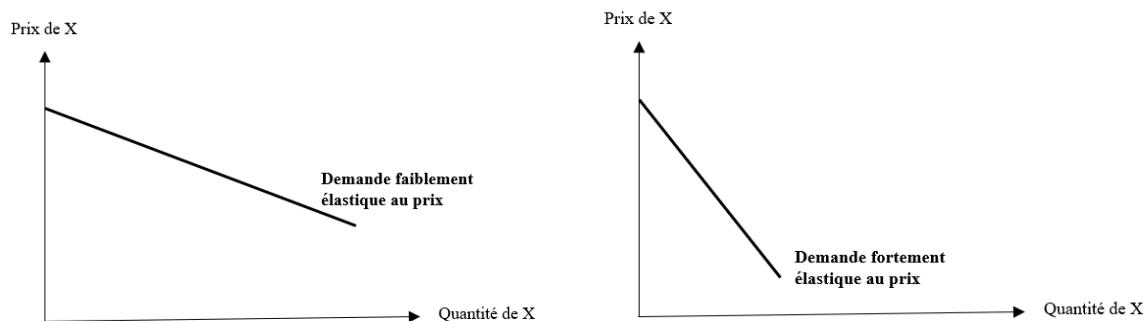
Figure 2 : La demande de marché



Pour autant, **la courbe de demande peut être plus ou moins pentue en fonction de la sensibilité de la demande au prix**. Les microéconomistes mesurent la sensibilité de la demande au prix au travers du concept **d'élasticité-prix de la demande**. L'élasticité-prix de la demande ($e_{D/P}$) se mesure le plus souvent en rapportant la variation de la demande (D) à la variation du prix (P) en pourcentage.

- **L'élasticité-prix de la demande est généralement négative** en raison de la loi de la demande : on parle de **biens typiques**. Elle peut être plus ou moins élevée ce qui représente une donnée fondamentale pour les producteurs qui peuvent ainsi anticiper les effets d'une hausse de prix sur leurs recettes.
 - Si la **demande est peu élastique au prix**, alors une hausse de prix induira une faible baisse des quantités vendues ce qui va donc se traduire par une hausse des recettes. Graphiquement, cela se traduira par une **droite de demande peu pentue**.
 - Inversement si la **demande est fortement élastique au prix**, cela signifie qu'une hausse du prix induira une forte baisse des quantités vendues donc une baisse des recettes. Graphiquement, cela se traduira par une **droite de demande très pentue**.
- Il existe cependant **des cas rares où l'élasticité-prix de la demande est positive** ce qui signifie que la demande est une fonction croissante des prix.
 - C'est le cas des **biens Giffen**²³ du nom de l'économiste britannique qui a mis en évidence qu'une hausse de tous les prix alimentaires en Irlande au XIXe siècle s'est traduit par une augmentation de la consommation de pommes de terre, celles-ci demeurant, malgré la hausse de prix, relativement moins chères que les autres denrées alimentaires. Cette relation s'observe donc plutôt pour des produits de base.
 - C'est le cas aussi des **biens soumis à l'effet d'ostentation**, identifié par Thorstein Veblen²⁴ et selon lequel certains demandeurs préfèrent consommer des biens chers, révélateurs de leur statut social ou du groupe auquel ils se réfèrent.

- On observe également cette relation dans les **situations où les consommateurs anticipent que les prix vont poursuivre durablement leur évolution**. Par exemple, anticipant une baisse continue du prix d'un bien, les demandeurs auront tendance à reporter leurs achats dans le temps.



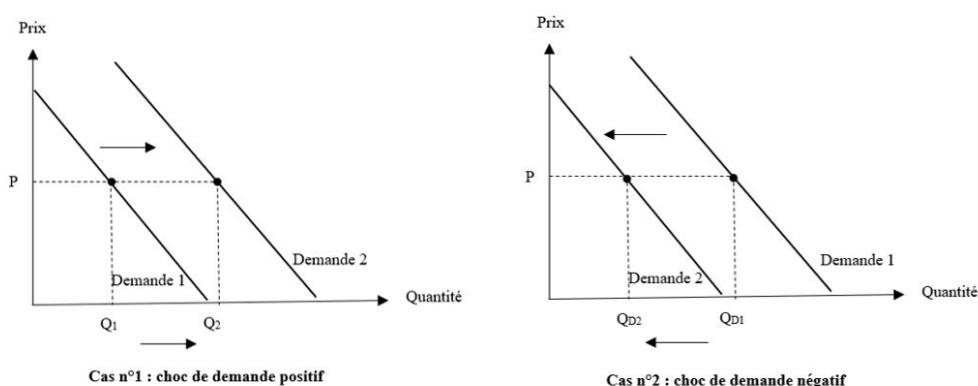
Dans tous les cas, pour analyser graphiquement l'impact d'une variation des prix sur les quantités demandées, **on se déplace le long de la courbe de demande** en raisonnant « toutes choses égales par ailleurs ». Si tout autre élément que le prix varie et affecte la quantité demandée pour chaque niveau de prix, on observe alors un déplacement de la courbe de demande.

3. Les déplacements de la courbe de demande

La courbe de demande peut se déplacer si, pour chaque niveau de prix, la quantité demandée sur le marché se modifie : on parle alors de **choc de demande**.

Un déplacement vers la droite de la courbe de demande, comme représenté dans le cas n°1 de la figure 3, signifie que, pour chaque niveau de prix, les quantités demandées augmentent : c'est un **choc de demande positif**. Par exemple, au niveau de prix P , les quantités demandées après le choc (Q_2) sont plus importantes que les quantités demandées avant le choc (Q_1). A l'inverse, un déplacement vers la gauche de la courbe de demande (cas n°2), signifie que, pour chaque niveau de prix, les quantités demandées diminuent : c'est un **choc de demande négatif**.

Figure 3 : Chocs de demande



Les chocs de demande peuvent être liés à de multiples facteurs.

- En premier lieu, une **variation de revenu** qui entraîne généralement une variation des quantités demandées pour chaque niveau de prix d'une ampleur plus ou moins grande en fonction de la sensibilité de la demande au revenu. Les microéconomistes calculent l'**élasticité-revenu de la demande** ($e_{D/R}$) pour en rendre compte en procédant de la même façon que pour l'élasticité-prix de la demande, c'est-à-dire en rapportant la variation de la demande à la variation du revenu (R) en pourcentage.

- Traditionnellement, l'**élasticité-revenu de la demande est positive** : lorsque le revenu augmente, la quantité demandée pour chaque niveau de prix augmente aussi. On parle alors de **bien normal**. Lorsqu'elle dépasse 1, on parle même de **bien normal supérieur ou de bien de luxe**.
- **Dans de rares cas, l'élasticité-revenu de la demande est négative** ce qui signifie que, pour chaque niveau de prix, la quantité demandée baisse lorsque le revenu croît. Cela concerne des **biens dit inférieurs**, généralement des produits de base.
- **La variation du prix d'un autre bien peut également entraîner un déplacement de la courbe de demande** d'un bien, s'il existe un lien entre les deux. En effet, **deux biens peuvent être complémentaires** s'ils sont consommés ensemble, comme la grenade et l'eau, **ou substituables** si la consommation de l'un peut être remplacée par la consommation de l'autre, comme le beurre et l'huile de cuisson. Les microéconomistes utilisent **l'élasticité croisée de la demande** ($ec_{DX/PY}$) pour en rendre compte en rapportant le pourcentage de variation de la quantité demandée d'un bien (DX) au pourcentage de variation du prix d'un autre bien (PY).
 - Si l'**élasticité croisée est négative** cela signifie que les biens sont **complémentaires** car la hausse du prix de l'un induit une baisse de la consommation de l'autre bien. Graphiquement, cela se traduit par un déplacement vers la gauche de la courbe de demande de cet autre bien.
 - Si l'**élasticité croisée est positive** cela signifie que les biens sont **substituables** car la hausse du prix de l'un engendre une hausse de la consommation de l'autre bien. Graphiquement, cela se traduit par un déplacement vers la droite de la courbe de demande de cet autre bien.
 - A noter qu'**une élasticité croisée égale à 0, signifie que les biens sont indépendants**.
- Ces deux cas n'épuisent pas toutes les situations où la courbe de demande d'un bien se déplace. Une **modification des goûts des demandeurs, une variation du nombre de demandeurs sur le marché ou encore les anticipations des demandeurs, etc.** sont autant d'éléments qui peuvent entraîner un déplacement de la courbe de demande vers la droite ou vers la gauche. L'important est de bien distinguer les déplacements de la courbe de demande, qui se produisent lorsque tout élément autre que le prix varie, et les déplacements sur la courbe qui résultent d'une variation de prix.

La théorie microéconomique applique une logique analogue pour analyser l'offre sur un marché concurrentiel, en distinguant la courte période de la longue période.

B) L'offre sur un marché concurrentiel

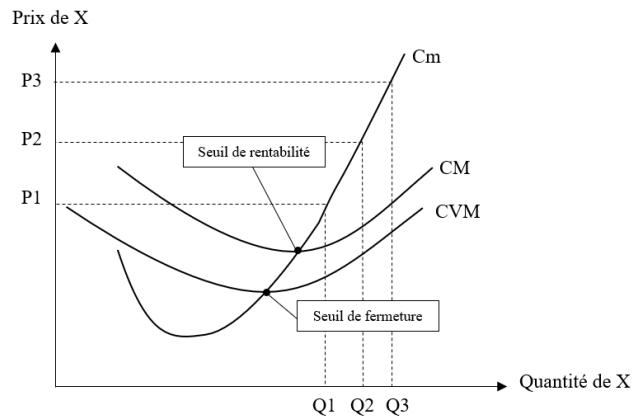
1. La construction de la courbe d'offre

L'offre qui s'exprime sur un marché correspond à la quantité d'un bien que l'ensemble des producteurs sont prêts à vendre à un prix donné. **La courbe d'offre met ainsi en relation le prix d'un bien et la quantité offerte correspondante**. Comme pour la demande, **la courbe d'offre sur le marché se déduit de l'offre individuelle** qui correspond à la quantité d'un bien qu'un producteur est prêt à vendre à un prix donné, en distinguant le court et le long terme, en prolongement de la théorie microéconomique du producteur.

Comme nous l'avons étudié dans la partie précédente, en courte période, la quantité de capital est fixe et seule la quantité de travail varie. Le producteur rationnel cherche à produire la quantité qui lui permet de maximiser son profit, en égalisant sa recette marginale et son coût marginal. En concurrence pure et parfaite, le producteur ne peut fixer un prix différent de celui qui est pratiqué par ses concurrents : le prix est une donnée qui s'impose à lui et toutes les unités sont vendues au même prix. Ainsi, sa recette moyenne et sa recette marginale sont toutes deux égales au prix. Le producteur maximise alors son profit lorsque le coût marginal égalise le prix du marché : $Cm = P$. **La courbe de coût marginal de court terme est donc confondue avec la courbe d'offre individuelle** puisqu'elle indique quelle quantité sera offerte par le producteur pour chaque niveau de prix.

Cependant, **la courbe d'offre ne comprend que la partie située au-dessus du minimum du coût variable moyen** identifié sur la figure 4 par le seuil de fermeture. Le seuil de rentabilité indique le point à partir duquel le producteur réalise des profits puisque, en dessous de ce point, le prix de vente est inférieur au coût moyen et signifie donc des pertes. Néanmoins, on admet qu'en courte période, le producteur peut rationnellement accepter de supporter des pertes si celles-ci résultent de coûts fixes que l'on ne peut amortir qu'en longue période. Le producteur commence donc à produire à partir du seuil de fermeture. A court terme, l'offre sur le marché, ou offre agrégée, s'obtient finalement en agrégeant l'ensemble des offres individuelles pour chaque niveau de prix.

Figure 4 : Courbe d'offre individuelle



En longue période, le cas le plus simple consiste à considérer que tous les producteurs adoptent la même technologie de production. La courbe d'offre de marché de long terme se déduit donc de la courbe d'offre individuelle en multipliant la quantité offerte pour chaque niveau de prix par le nombre d'offreurs. Notons néanmoins, qu'à long terme, le producteur ne peut réaliser des pertes. La courbe d'offre de long terme débute donc au minimum du coût moyen de longue période représentée par la courbe-enveloppe étudiée précédemment.

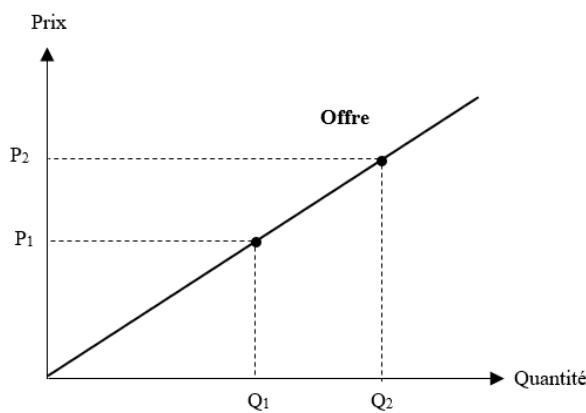
A l'instar de la courbe de demande, la forme de la courbe d'offre est directement reliée au comportement des producteurs, à court terme comme à long terme.

2. La forme de la courbe d'offre

En courte période, la courbe d'offre est généralement croissante : plus le prix d'un bien augmente et plus la quantité offerte sur le marché augmente, et inversement, ce que l'on observe en se déplaçant sur la courbe. Cette relation est appelée **loi de l'offre**.

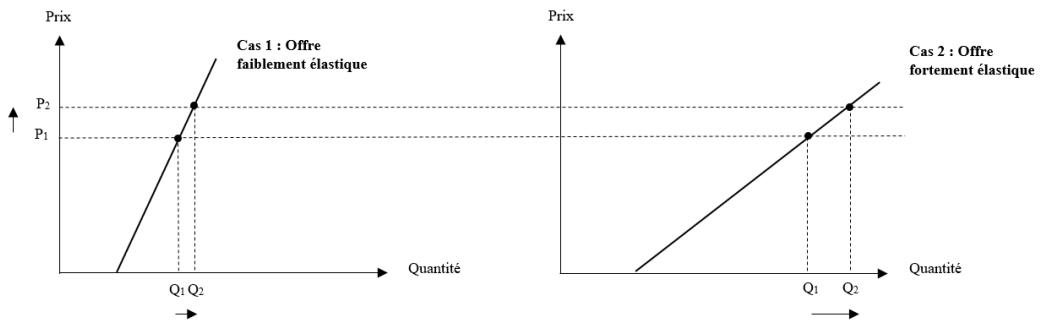
De la même façon que pour la demande, on peut simplifier la représentation graphique de la courbe d'offre en considérant que l'offre suit une évolution linéaire et prend donc la forme d'une droite, comme dans la figure 5 et la suite du chapitre.

Figure 5 : L'offre de court terme



La courbe d'offre peut-être plus ou moins pentue en fonction de l'élasticité-prix de l'offre qui mesure la sensibilité de l'offre au prix de la même façon que l'élasticité-prix de la demande. L'élasticité-prix de l'offre d'un bien est généralement positive en raison de la loi de l'offre. Si elle est comprise entre 0 et 1, on dit que l'offre est faiblement élastique au prix et la courbe d'offre sera très pentue (cas 1 sur la figure 6). Si elle est supérieure à 1, l'offre est considérée comme fortement élastique au prix et la courbe d'offre sera peu pentue (cas 2).

Figure 6 : Offres de court terme plus ou moins élastiques au prix



Précisons néanmoins qu'à court terme il est difficile pour les producteurs d'adapter rapidement leur volume de production. L'élasticité-prix de l'offre de court terme est donc souvent plus faible qu'à long terme.

A long terme, nous avons déjà souligné que la forme des courbes de coût n'était pas assurée en raison de l'incertitude sur la nature des rendements d'échelle. Alfred Marshall⁹ considérait néanmoins que, dans la plupart des activités, les rendements étaient constants et donc que la courbe d'offre de long terme était horizontale. Cela implique que le coût marginal du producteur ne varie pas avec la hausse du volume de production ce qui repose sur l'hypothèse que les producteurs peuvent reproduire à l'identique les méthodes les plus efficaces.

Néanmoins, cette hypothèse semble fragile. Par exemple, un producteur développant une nouvelle unité de production devra choisir un nouvel emplacement, y embaucher de nouveaux travailleurs, y placer un nouveau dirigeant, etc. Rien ne garantit alors que cette nouvelle unité soit aussi efficace. On peut donc supposer que, même à long terme, il existe des rendements décroissants ce qui explique que la courbe d'offre soit croissante.

Cependant, il est possible que, pendant un temps au moins, la courbe d'offre de long terme soit décroissante en présence d'économies d'échelle internes à l'origine de rendements croissants. Ces derniers se traduisent en effet par une baisse du coût moyen lorsque le volume de production augmente ce qui explique que l'offre augmente lorsque le prix baisse car les producteurs continuent alors de réaliser des profits. On peut observer ce phénomène avec l'apparition de nouveaux produits, par exemple dans le secteur des nouvelles technologies, dont le prix baisse généralement en même temps que les quantités offertes progressent. La forme de la courbe d'offre de long terme est donc spécifique à chaque branche d'activité.

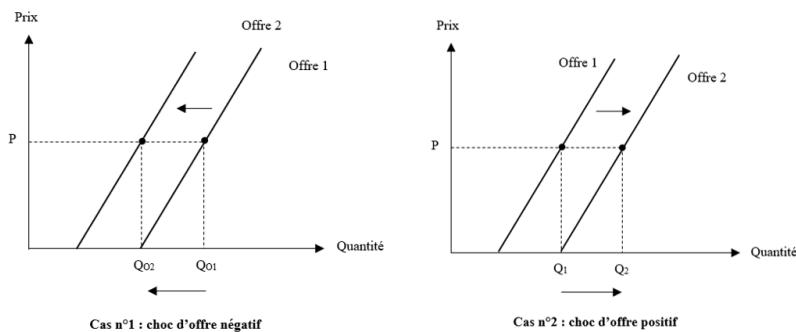
Dans tous les cas, pour analyser graphiquement l'impact d'une variation des prix sur les quantités offertes, on se déplace le long de la courbe d'offre en raisonnant « toutes choses égales par ailleurs ». Si tout autre élément que le prix varie et affecte la quantité offerte pour chaque niveau de prix, on observe alors un déplacement de la courbe d'offre, de la même façon que pour la courbe de demande.

3. Les déplacements de la courbe d'offre

En courte période, **la courbe d'offre peut se déplacer si, pour chaque niveau de prix, la quantité offerte sur le marché se modifie** : on parle alors de **choc d'offre**.

Un déplacement vers la gauche de la courbe d'offre signifie que, pour chaque niveau de prix, les quantités offertes diminuent : c'est un **choc d'offre négatif**. C'est ce que l'on observe dans le cas n°1 de la figure 7 : avant le choc, au niveau de prix P_1 , les quantités offertes (Q_1) sont plus grandes que les quantités offertes après le choc (Q_2). A l'inverse, un déplacement vers la droite de la courbe d'offre signifie que, pour chaque niveau de prix, les quantités offertes augmentent : c'est un **choc d'offre positif** (cas n°2).

Figure 7 : Choc d'offre



De la même façon que pour la courbe de demande, **ces déplacements de la courbe d'offre peuvent être liés à de multiples facteurs, autre que les prix, qui influencent les quantités offertes**. Une hausse de la **productivité du travail** grâce au progrès technique, une baisse des **coûts des facteurs** ou encore une hausse du **nombre de producteurs** sur le marché sont des exemples de situations qui entraînent un déplacement vers la droite de la courbe d'offre. A l'inverse, si la productivité du travail se réduit, si le coût des facteurs augmente ou si le nombre d'offreurs diminue, par exemple suite à une catastrophe naturelle, la courbe d'offre se déplacera vers la gauche. Il convient alors de distinguer les déplacements de la courbe d'offre, qui se produisent lorsque tout élément autre que le prix varie, et les déplacements sur la courbe qui résultent d'une variation de prix.

A long terme, la courbe d'offre se décale vers la droite sous l'effet de l'entrée de nouveaux offreurs, attirés par les perspectives de profit, jusqu'à ce que celui-ci devienne nul, comme nous l'avons souligné précédemment.

En définitive, le modèle de la concurrence pure et parfaite, de l'offre et de la demande est au fondement des travaux des économistes néoclassiques. Il constitue le cadre dans lequel ces derniers étudient les mécanismes du marché concurrentiel et nourrissent la réflexion sur l'efficacité de ce dernier.

III. EN QUOI LE MARCHE CONCURRENTIEL ASSURE-T-IL UNE COORDINATION EFFICACE DES AGENTS ?

Reprenant la métaphore de la « main invisible » d'Adam Smith (1776)²⁵, la théorie néoclassique permet de rendre compte de la façon dont les mécanismes du marché assurent une coordination efficace des décisions des agents mis par leur intérêt individuel. Elle constitue en cela, un puissant outil de légitimation du marché concurrentiel. Deux approches différentes ont été adoptées pour le démontrer, que nous développerons dans cette partie du chapitre. L'approche en termes d'équilibre partiel d'Alfred Marshall¹⁹ permet de rendre compte de la façon dont un marché concurrentiel, pris indépendamment des autres, parvient à l'équilibre (A). On lui doit également le concept de surplus qu'on mobilisera pour montrer que l'équilibre sur un marché concurrentiel est efficace (B). Cette approche se distingue de celle développée par Léon Walras¹ en termes d'équilibre général dont nous présenterons les enjeux (C).

A) L'équilibre sur un marché concurrentiel

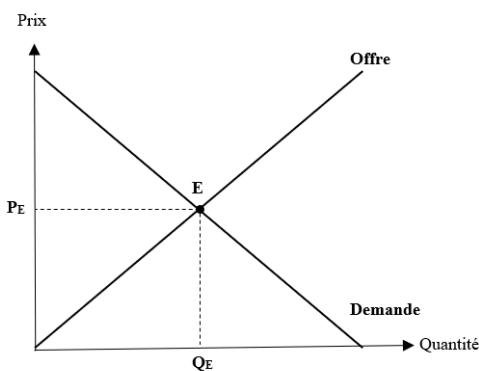
1. La détermination de l'équilibre sur un marché

La méthode développée par Alfred Marshall consiste à étudier un marché déterminé indépendamment des autres marchés. On fait alors abstraction des interdépendances entre les différents marchés en raisonnant « toutes choses égales par ailleurs ». Cette **approche en équilibre partiel** est souvent utilisée en microéconomie. L'équilibre correspond au point où les quantités offertes égalisent les quantités demandées sur un marché. Le prix qui permet d'assurer cet équilibre est appelé **prix d'équilibre** et les quantités échangées à ce prix sur le marché correspondent aux quantités d'équilibre.

On peut déterminer cet équilibre en représentant sur le même graphique la courbe d'offre et la courbe de demande, avec en abscisse les quantités et en ordonnée les prix. La courbe d'offre étant croissante avec le prix (loi de l'offre) et la courbe de demande étant décroissante avec le prix (loi de la demande), elles doivent nécessairement se croiser en

un point correspondant à l'équilibre du marché. Il s'agit du point E dans la figure 8. Le prix correspondant, sur l'axe des ordonnées, constitue le prix d'équilibre (P_E), et les quantités échangées, sur l'axe des abscisses, représentent la quantité d'équilibre (Q_E).

Figure 8 : L'équilibre du marché concurrentiel



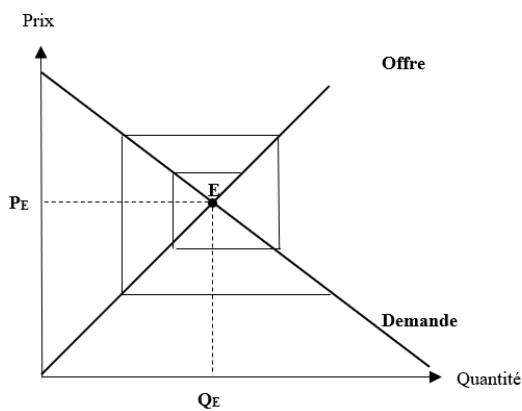
Selon cette approche, un écart temporaire peut se produire mais des forces de rappel font converger les prix vers le prix d'équilibre.

2. La convergence vers l'équilibre sur un marché

Selon Alfred Marshall, **la parfaite flexibilité des prix sur un marché concurrentiel permet la convergence vers le prix d'équilibre**. Son approche repose sur l'analyse de la dynamique du marché sur lequel les prix convergent vers l'équilibre dans le temps en raison de l'existence de forces de rappel lorsqu'ils s'en éloignent.

Le modèle du Cobweb, présentée dans la figure 9, permet d'en rendre compte graphiquement. Prenons le cas où, sur une période, le prix du marché est inférieur au prix d'équilibre. Dans ce cadre, les quantités demandées sont supérieures aux quantités offertes. Il s'agit d'une situation de sous-production ou de pénurie qui crée une pression à la hausse sur les prix. Imaginons qu'à la période suivante le nouveau prix du marché se fixe à un niveau supérieur au prix d'équilibre. Les quantités demandées sont cette fois inférieures aux quantités offertes : il y a surproduction. A la période suivante, les prix vont alors avoir tendance à baisser car pour consommer ces quantités invendues les demandeurs vont exiger des prix plus bas. Si le nouveau prix du marché est de nouveau inférieur au prix d'équilibre le marché se retrouve dans une nouvelle situation de pénurie faisant augmenter les prix. Le mécanisme se poursuit de la même façon pendant plusieurs périodes jusqu'à ce que, par tâtonnements successifs, le prix du marché se fixe au niveau d'équilibre.

Figure 9 : Le modèle du Cobweb

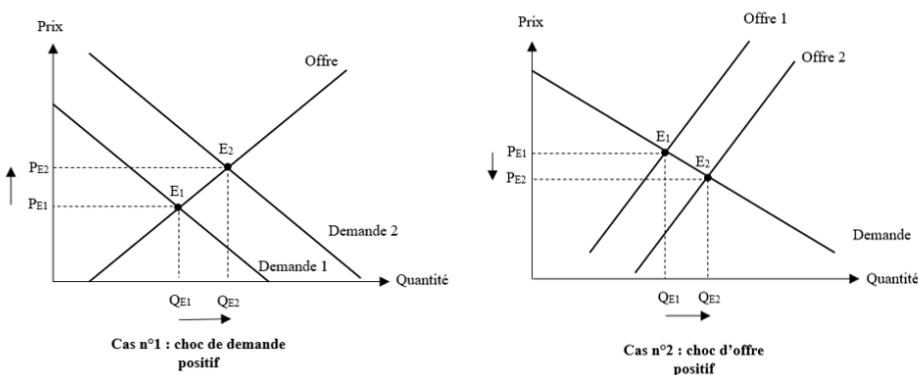


Cet équilibre de marché peut être modifié en présence de chocs de demande et/ou de chocs d'offre, positifs ou négatifs.

3. La modification de l'équilibre sur un marché

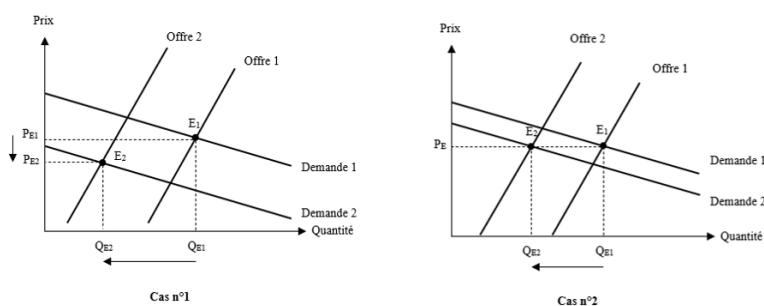
Un choc de demande positif, telle une hausse des revenus ou encore une hausse du prix d'un produit substituable, se traduit par un déplacement vers la droite de la courbe de demande, comme nous l'avons étudié précédemment. Toutes choses égales par ailleurs, on remarque dans le cas n°1 de la figure 10, que l'**équilibre** se déplace de E_1 vers E_2 , le prix augmente (de P_{E1} à P_{E2}), et les quantités échangées sont plus grandes (de Q_{E1} à Q_{E2}). C'est le contraire dans le cas d'un choc d'offre négatif. Dans le cas d'un choc d'offre positif représenté dans le cas n°2, l'**équilibre** se déplace de E_1 vers E_2 , le prix baisse (de P_{E1} à P_{E2}) et les quantités échangées augmentent (de Q_{E1} à Q_{E2}). Dans le cas d'un choc d'offre négatif, l'évolution est inverse.

Figure 10 : Impact de chocs positifs sur l'équilibre



Certains événements peuvent affecter simultanément l'offre et la demande dans le même sens. Les mesures de confinement suite à la Covid-19 ont par exemple entraîné une diminution de la demande et de l'offre et leur suppression ont engendré, à l'inverse, une forte reprise de l'offre et de la demande. Quand les deux courbes se déplacent dans le même sens, le changement de quantités échangées peut être prévu - une augmentation en cas de chocs positifs et une diminution en cas de chocs négatifs - mais le changement de prix d'équilibre est incertain car dépend de l'ampleur respective du choc d'offre et du choc de demande comme on l'observe dans la figure 11 qui montre l'impact de chocs d'offre et de demande négatifs. Dans le cas n°1, le choc d'offre est légèrement plus important que le choc de demande. Le nouvel **équilibre** correspond à un niveau de prix moins élevé mais aussi des quantités échangées moins importantes. Dans le cas n°2, le choc d'offre est beaucoup plus important que le choc de demande. Le nouvel **équilibre** se fixe à un même niveau de prix mais des quantités échangées plus faibles.

Figure 11 : Impact de chocs de demande et d'offre négatifs sur l'équilibre



Certains événements affectent simultanément l'offre et la demande mais dans des sens opposés. Si l'on reprend l'exemple du confinement, on a observé une augmentation de la demande de fruits et légumes frais car les français ont davantage cuisiné pendant cette période. A l'inverse, l'offre de fruits et légumes a été réduite suite aux difficultés d'approvisionnement de l'étranger mais aussi au manque de saisonniers pour effectuer les récoltes. Ainsi, l'offre a

diminué et la demande a augmenté. Dans ce cas, on observe une hausse du prix d'équilibre. Néanmoins, l'effet sur les quantités d'équilibre est incertain car dépend de l'ampleur respective du choc d'offre et du choc de demande. Dans le cas inverse où un évènement génère une diminution de la demande et une augmentation de l'offre, le prix d'équilibre diminue et, de la même façon, la variation des quantités d'équilibres dépend de l'ampleur des chocs respectifs. La théorie néoclassique tend donc à démontrer que tout marché concurrentiel, analysé indépendamment des autres, tend spontanément vers l'**équilibre** et que celui-ci est affecté par des chocs. Son intérêt réside également dans sa capacité à mettre en évidence l'efficacité de la coordination marchande.

B) L'équilibre sur un marché concurrentiel est efficace

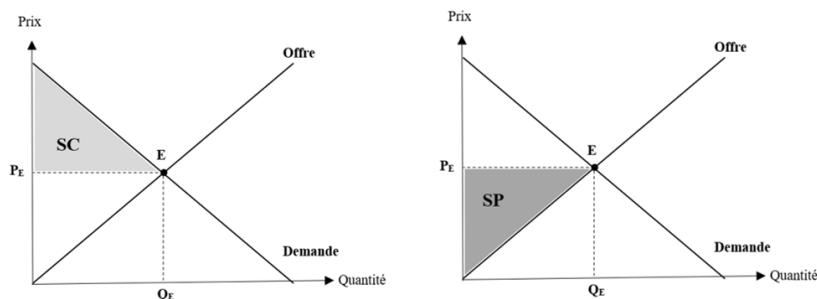
1. Le marché concurrentiel génère des gains à l'échange

La participation à l'échange procure des gains pour chaque agent sur le marché. On doit à Alfred Marshall⁹ d'avoir popularisé le concept de **surplus pour mesurer les gains retirés par les consommateurs et les producteurs qui participent à l'échange**.

Chaque consommateur participant à l'échange sur un marché a une certaine disposition à payer en fonction de ses préférences, c'est-à-dire qu'il y a un prix maximum qu'il accepterait de payer pour obtenir une certaine quantité d'un bien. La courbe de demande individuelle reflète cette disposition à payer puisqu'elle indique, pour chaque niveau de prix, la quantité demandée par le consommateur. Or, sur le marché, tous les échanges se déroulent au même prix : le prix d'équilibre. Le gain net qu'un acheteur réalise lors de l'achat d'un bien s'obtient donc en calculant la différence entre sa disposition à payer et le prix d'équilibre qu'il a réellement payé pour l'obtenir. Il s'agit du **surplus du consommateur**. En additionnant le surplus de chaque consommateur qui participe à l'échange, on obtient le surplus des consommateurs qui rend donc compte du gain de satisfaction que l'ensemble des consommateurs retirent de l'achat d'une certaine quantité d'un bien au prix d'équilibre. Graphiquement, le surplus des consommateurs (SC dans la figure 12) correspond à la surface située sous la courbe de demande et au-dessus du prix d'équilibre.

De la même façon, on peut mesurer le surplus d'un producteur par la différence entre le prix auquel il aurait été disposé à vendre un bien compte-tenu de ses coûts et le prix d'équilibre qu'il a effectivement reçu. Il s'agit du surplus du producteur. En additionnant le surplus de chaque producteur participant à l'échange, on obtient le surplus des producteurs qui correspond au gain de satisfaction que tous les producteurs retirent de la vente d'une certaine quantité d'un bien au prix d'équilibre. Graphiquement, le **surplus des producteurs** (SP) correspond à la surface située au-dessus de la courbe d'offre et au-dessous du prix d'équilibre.

Figure 12 : Surplus des consommateurs et surplus des producteurs



Le **surplus total** permet de mesurer les gains pour l'ensemble des participants à l'échange. Il correspond à la somme des surplus totaux du consommateur et du producteur et, graphiquement, il est égal à la somme des surfaces du surplus des consommateurs et de celui des producteurs.

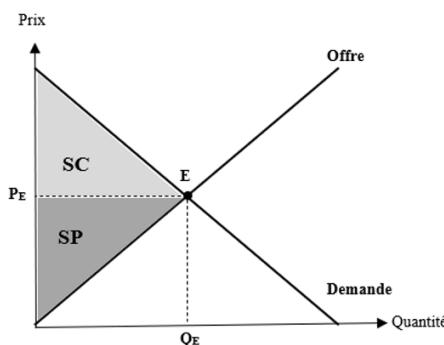
Sur le marché concurrentiel, les gains à l'échange, mesurés à partir des **surplus**, sont maximisés.

2. Le marché concurrentiel assure une allocation optimale des ressources

La théorie néoclassique a cherché à démontrer que les marchés concurrentiels sont habituellement efficaces c'est-à-dire permettent d'atteindre un optimum définit par Vilfredo Pareto²⁶ comme une situation où il n'est pas possible d'améliorer la situation d'un agent sans dégrader celle d'au moins un autre agent. Or, il n'y a qu'à l'équilibre de concurrence pure et parfaite où la situation est optimale. En effet, dans toute autre situation sur le marché, il existe une possibilité d'échange mutuellement avantageuse. Par exemple, si le prix sur un marché est inférieur au prix d'équilibre concurrentiel, cela signifie qu'il existe des producteurs disposés à offrir davantage de biens à un prix inférieur à la disposition à payer de certains consommateurs.

L'analyse graphique des surplus permet de montrer pourquoi le marché concurrentiel est efficace. Au prix d'équilibre concurrentiel, le surplus des consommateurs est égal au surplus des producteurs et la somme des surplus est maximisé. Dit autrement, le marché concurrentiel permet de maximiser les gains à l'échange.

Figure 13 : La maximisation des surplus sur le marché concurrentiel



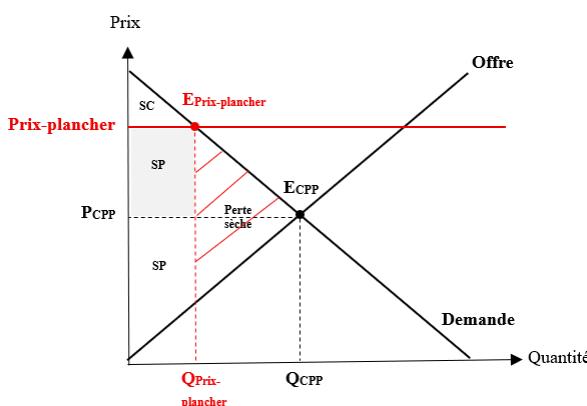
L'approche en termes d'équilibre partiel, par sa simplicité, a connu un important succès. Elle est encore largement mobilisée dans les travaux de microéconomie contemporains. Néanmoins, les marchés sont interdépendants et il n'est pas toujours pertinent de raisonner « toutes choses égales par ailleurs » pour analyser leur fonctionnement. L'approche en termes d'équilibre général de Léon Walras¹ permet de dépasser cette limite.

3. L'intervention de l'Etat dans les mécanismes du marché concurrentiel est perturbatrice

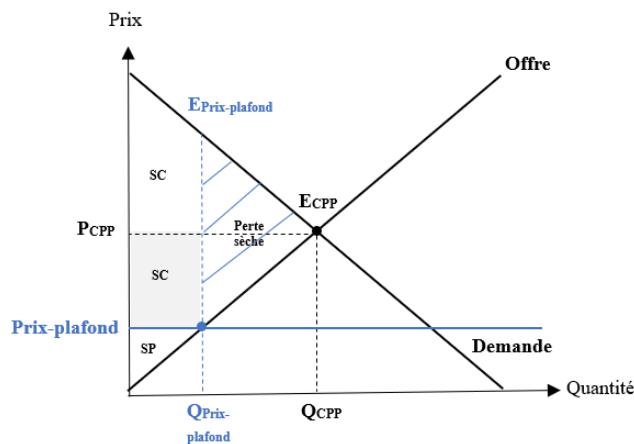
Le marché concurrentiel permettant, dans la majorité des cas, de maximiser les gains à l'échange de façon spontanée, l'intervention des pouvoirs publics sur les prix ou les quantités échangées n'est pas souhaitable dans la perspective néoclassique. L'analyse des surplus permet de le montrer.

L'Etat peut intervenir sur le marché en **constrignant le prix ce qui conduit à une situation sous-optimale** :

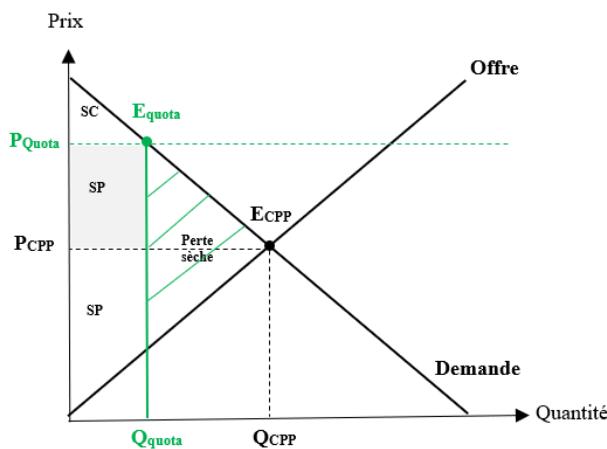
- Il peut fixer un **prix-plancher** c'est-à-dire un prix minimum. Si le prix-plancher est supérieur au prix d'équilibre alors, en comparaison de l'équilibre en concurrence parfaite, le producteur va s'accaparer une partie du surplus du consommateur et l'on constate une perte sèche c'est-à-dire une perte de bien-être collective.



- Il peut fixer un **prix-plafond** c'est-à-dire un prix maximum. Si le prix-plafond est inférieur au prix d'équilibre alors, en comparaison de l'équilibre en concurrence parfaite, le consommateur va s'accaparer une partie du surplus du producteur et l'on constate une perte sèche c'est-à-dire une perte de bien-être collective.



L'Etat peut également **construire les quantités par l'instauration d'un quota ce qui conduit également à une situation sous-optimale**. En effet, par rapport à l'équilibre de concurrence pure et parfaite, un quota conduit à restreindre les quantités offertes ce qui conduit à une hausse du prix du marché et à une éviction d'une partie de la demande. En conséquence, le surplus collectif est diminué : il existe une perte sèche.



C) L'équilibre général et ses enjeux

1. La possibilité de l'équilibre général

Dans la réalité, l'équilibre d'un marché particulier dépend de ce qui se passe sur tous les autres. L'analyse en termes d'équilibre général consiste donc à **étudier l'équilibre sur tous les marchés simultanément**. L'idée de cet équilibre général n'est pas nouvelle et est déjà présente dans la métaphore de la « main invisible » d'Adam Smith (1776)²⁵. Mais il revient à Léon Walras¹ d'en avoir posé les fondements en étudiant d'abord les conditions de sa réalisation. Selon lui, l'équilibre général suppose qu'il existe un système de prix pour lequel l'offre et la demande sont égales sur tous les marchés simultanément. Or, le nombre d'inconnues (le prix sur chaque marché) correspondant au nombre d'équations (égalité de l'offre et de la demande sur chaque marché), il est possible mathématiquement de déterminer le système de prix assurant l'équilibre général.

Cette solution n'étant pas mathématiquement satisfaisante, il faut attendre 1954 et la publication des travaux de Kenneth J. Arrow et Gérard Debreu²⁷ pour aboutir à la formalisation rigoureuse de la théorie de l'équilibre général. Leur théorème démontre que l'équilibre général suppose que les courbes d'offre et de demande soient continues et bornées. L'existence de cet équilibre repose donc sur plusieurs conditions : les agents doivent être parfaitement rationnels ; le marché doit être en concurrence pure et parfaite ; les marchés doivent être complets c'est-à-dire qu'il

existe un marché pour chaque bien ou service présent et futur ; les individus doivent disposer d'une dotation de survie avant l'échange ; les biens ne doivent pas être des substituts parfaits ; les rendements d'échelle doivent être décroissants et il ne doit pas y avoir de coûts fixes. Ces conditions étant extrêmement restrictives, l'équilibre général a peu de chances d'exister dans la réalité même s'il est théoriquement possible.

Si l'équilibre général est possible, bien que peu probable, une autre question est celle de sa stabilité.

2. La stabilité de l'équilibre général

La stabilité de l'équilibre général renvoie à l'existence de mécanismes assurant la convergence vers l'équilibre lorsque l'économie s'en éloigne.

Pour Léon Walras, l'équilibre général est stable grâce à la parfaite flexibilité des prix. Sa démonstration fait intervenir une figure abstraite, le « commissaire-priseur », agissant à la façon des agents de change sur les marchés financiers, en bénéficiant d'une information parfaite et gratuite. Sur chaque marché, ce dernier propose un prix et enregistre les quantités offertes et demandées correspondante. Si le prix qu'il propose aboutit à une offre supérieure à la demande, alors il va proposer un nouveau prix plus faible pour stimuler la demande et inversement si l'offre est inférieure à la demande. Ainsi, par tâtonnement, le commissaire-priseur va faire varier les prix jusqu'à parvenir au prix d'équilibre où les quantités offertes égalisent les quantités demandées. C'est une fois déterminé ce prix que les échanges peuvent se réaliser. Dans ce modèle, aucun échange n'a lieu à un prix autre que celui d'équilibre.

Au-delà de la critique keynésienne contestant la parfaite flexibilité des prix et l'absence d'échange à un prix autre que le prix d'équilibre, cette approche va être remise en cause au début des années 1970 par les théoriciens de l'équilibre général en s'appuyant sur les hypothèses de Kenneth J. Arrow et Gerard Debreu. Le théorème Sonnenschein²⁸-Mantel²⁹-Debreu³⁰, du nom des trois économistes qui, indépendamment les uns des autres, ont contribué à sa formulation, a mis en évidence que rien ne garantit que sur l'ensemble des marchés la demande soit une fonction décroissante des prix, condition pourtant nécessaire à la stabilité de l'équilibre général. Ainsi, la théorie de l'équilibre général n'a pas démontré la capacité du système des prix à coordonner efficacement les décisions des agents en situation de déséquilibre.

L'attention portée à la théorie de l'équilibre général est également à relier à son caractère collectivement désirable.

3. Les relations entre équilibre général et optimum de Pareto

Le premier théorème de l'économie du bien-être, développé dès 1951 par Kenneth J. Arrow³¹, affirme qu'en **concurrence pure et parfaite tout équilibre général est un optimum de Pareto**, c'est-à-dire une situation où il est impossible d'améliorer la satisfaction d'un agent sans dégrader celle d'au moins un autre agent. Ce théorème semble ainsi être un argument en faveur du libéralisme.

Néanmoins, il n'implique pas une absence d'intervention des pouvoirs publics dans l'allocation des ressources. En effet, les hypothèses sur lesquelles reposent la démonstration, sont assez peu vérifiées dans la réalité. Elles excluent notamment la présence de défaillances de marché qui aboutissent à une allocation non optimale des ressources. Dès lors, le premier théorème légitime, en creux, l'intervention des pouvoirs publics dans l'allocation des ressources.

Par ailleurs, le second théorème de l'économie du bien-être, en affirmant qu'à tout optimum de Pareto correspond un équilibre général concurrentiel, peut légitimer la redistribution des revenus opérée par les pouvoirs publics au nom de la justice sociale. En effet, il existe dans la réalité une infinité de situations Pareto-optimales qui peuvent correspondre à un niveau plus ou moins grand d'inégalités en fonction de la dotation initiale en ressources de chaque agent. Une action de l'Etat sur la distribution initiale des ressources peut donc être justifiée au nom de la justice sociale sans entraver l'efficacité du marché.

En définitive, que l'on retienne l'approche en termes d'équilibre partiel ou en termes d'équilibre général, la théorie néoclassique standard semble confirmer l'existence d'une « main invisible » permettant aux marchés concurrentiels d'assurer spontanément une allocation optimale des ressources dans la majorité des cas. Depuis les travaux de l'économie du bien-être, on s'intéresse également aux situations où il n'y parvient pas.

IV. QUELLES CRITIQUES ENVERS L'EXTENSION DE LA SPHERE MARCHANDE ?

La théorie néoclassique est souvent mobilisée pour justifier l'extension de la sphère marchande, la démonstration étant faite que le marché concurrentiel assure une allocation optimale des ressources. Pour autant, cette extension fait l'objet de critiques de la part d'économistes dans une perspective historique (A) mais aussi de la part de sociologues et de philosophes (B).

A) *Un processus historique aux effets néfastes*

1. Le « fétichisme de la marchandise » de Marx

Dès la seconde moitié du 19^e siècle, Karl Marx³², **dans le cadre de son analyse du capitalisme, développe une critique radicale de la marchandisation**, c'est-à-dire du fait que tout, y compris et en particulier le travail humain, devienne une marchandise. Pour Marx, cette généralisation du marché conduit à deux phénomènes majeurs :

- **L'exploitation.** Dans le mode de production capitaliste, le travail devient une marchandise comme une autre, achetée et vendue sur le marché du travail. Le prolétaire vend sa force de travail pour un salaire. Le capitaliste achète cette force de travail pour produire. **Marx met alors au jour comment les capitalistes exploitent les travailleurs en s'accaparant une partie de la richesse qu'ils créent : c'est la plus-value.** En effet, les capitalistes ne versent aux travailleurs qu'un salaire de subsistance qui correspond à la valeur d'échange de la force de travail et qui est sans rapport avec la richesse créée par le travailleur qui correspond à la valeur d'usage de la force de travail. La différence entre cette valeur d'usage et cette valeur d'échange est appelé plus-value (ou surtravail ou travail impayé) et est accaparée par le capitaliste.
- **L'aliénation.** Le concept d'aliénation vient du latin *alienare* qui signifie « rendre autre », « déposséder ». Marx le reprend de la philosophie. Selon Marx, la marchandisation du travail déshumanise l'homme : il vend sa force de travail comme une chose, perdant la maîtrise de sa vie et de son identité. Le travail devient effectivement une activité forcée, répétitive, sans autonomie. Ainsi, le travail, censé être une activité créatrice et être l'essence de l'homme, devient une simple survie économique. L'homme n'exprime plus sa nature sociale.

Ainsi, Marx dénonce le « **fétichisme de la marchandise** » : les relations entre personnes prennent la forme de relations entre choses et la marchandisation transforme les rapports sociaux en rapports marchands, réduit les êtres humains à des objets d'échange et masque les rapports de domination sous une apparente égalité entre acheteurs et vendeurs.

2. La « grande transformation » de Polanyi

Karl Polanyi³³ soutient que **le capitalisme, apparu avec la révolution industrielle, repose sur une « grande transformation ».**

Avant l'essor du capitalisme, Polanyi défend la thèse que l'économie n'était pas une sphère indépendante. Elle était encastrée dans la société et régulée par des principes non marchands, tels que :

- La réciprocité : les échanges s'organisaient sur des bases relationnelles (famille, communauté, groupes de pairs).
- La redistribution : les ressources étaient centralisées par une autorité (État, souverain, temple) et redistribuées selon des critères politiques ou sociaux.
- L'administration coutumière : l'organisation économique était régulée par des traditions, des obligations morales et des structures sociales.

Avec la montée du capitalisme au XIXe siècle, une rupture s'opère :

- L'économie se détache des institutions sociales et devient une entité autonome.
- Le marché s'impose comme le régulateur dominant.
- La terre, le travail et la monnaie sont marchandisés alors même qu'ils n'étaient pas destinés à devenir des marchandises.

Ce processus est ce que Polanyi appelle le **désencastrement de l'économie**. Il repose sur l'idée (fausse selon lui) que le marché peut s'autoréguler sans intervention de l'État ni prise en compte des besoins sociaux. Autrement dit, la société est subordonnée au marché. Alors que toutes les sociétés antérieures avaient veillé à contenir cette logique, selon l'économiste hongrois, le propre du capitalisme est de lui donner libre cours, et même de la pousser toujours

plus loin, au risque de mettre la société en péril. En effet, selon lui, le désencaissement de l'économie entraîne des crises et des bouleversements sociaux majeurs :

- Précarisation du travail : la création d'un marché du travail entraîne l'exploitation des travailleurs, la pauvreté et l'instabilité.
- Destruction de l'environnement : la terre, soumise aux lois du marché, est exploitée sans limite, provoquant des désastres écologiques.
- Instabilité financière : la spéculation sur la monnaie et la dérégulation économique favorisent les crises financières.
- Réactions sociales et politiques : face aux effets destructeurs du marché et à l'extension de la logique marchande, la société met en place des protections comme en témoigne, selon lui, le développement des Etats-providence au XXe siècle.

B) Les critiques sociologiques et philosophiques

1. La « marchandisation du social » de Bourdieu

Pierre Bourdieu³⁴ conçoit la société comme un ensemble de champs relativement autonomes : le champ économique, culturel, artistique, scientifique, politique, etc. Selon lui, chaque champ fonctionne selon sa propre logique.

Or, selon Bourdieu, le champ économique tend à imposer sa logique aux autres champs : c'est ce qu'il appelle **la marchandisation du social**. En effet, il dénonce le fait que la logique marchande (calcul coût/bénéfice, recherche du profit, mise en concurrence) envahit l'éducation, la culture, les relations sociales, etc. : il écrit « *la logique marchande tend à coloniser tous les domaines de la vie sociale* ».

Selon lui, la marchandisation détruit les **valeurs collectives** (solidarité, service public, culture commune) au profit de l'**intérêt individuel et du profit économique**.

2. La « société de marché » de Sandel

Le philosophe Michael Sandel³⁵ part d'une **distinction entre l'économie de marché et la société de marché** qui recouvre une situation où les valeurs marchandes dominent toutes les sphères de la vie. Sa critique vise la société de marché, par le marché en lui-même. Le problème n'est pas, pour lui, que le marché existe mais qu'il s'étend à tout. Il développe **deux principales critiques**.

- **Le marché corrompt certaines valeurs sociales.** Selon Sandel, tout ne devrait pas être à vendre, car certains biens et relations perdent leur valeur morale quand ils sont traités comme des marchandises. Il développe plusieurs exemples : payer un enfant pour lire détruit le plaisir de lire ou le sens de l'apprentissage ; acheter un rein ou vendre son sang transforme le corps humain en bien de consommation ; payer pour passer devant les autres dans une file d'attente viole le principe de l'égalité civique. En d'autres termes, le marché ne se contente pas d'allouer les biens, il change leur signification.
- **Le marché renforce les inégalités.** Même si le marché semble libre, tout le monde n'a pas le même pouvoir d'achat. Quand tout devient marchand, les plus riches accèdent à tout et les plus pauvres sont exclus de l'accès à certains droits fondamentaux. Ainsi, pour Sandel, la marchandisation affaiblit la démocratie car elle remplace la citoyenneté par la solvabilité.

REFERENCES

- ¹ Léon Walras, *Eléments d'économie politique pure* (1874)
- ² Stanley Jevons, *The Theory of Political Economy* (1871)
- ³ Carl Menger, *Principles of Economics* (1871)
- ⁴ Francis Y. Edgeworth, *Psychologie mathématique*, 1881
- ⁵ Vilfredo Pareto, *Manuel d'économie politique*, 1906
- ⁶ John Hicks et Roy George Douglas Allen, « Un réexamen de la théorie de la valeur », *Economica*, 1934
- ⁷ John Hicks, *Valeur et capital*, 1939
- ⁸ Philip Henry Wicksteed, *Essai sur la coordination des lois de la répartition*, 1894
- ⁹ Alfred Marshall, *Principles of Economics* (1890)
- ¹⁰ Anne Robert Jacques Turgot, *Observations sur le mémoire de M. de Saint-Péray en faveur de l'impôt indirect*, 1768
- ¹¹ Piero Sraffa, « Sur les relations entre coût et quantités produites », *Annali di Economia*, 1925
- ¹² Herbert A. Simon, *Administrative Behavior*, 1947
- ¹³ Hebert A. Simon, « From substantive to procedural rationality », *Method and Appraisal in Economics*, 1976
- ¹⁴ Max Weber, *Economie et société* (1922)
- ¹⁵ Sophie Dubuisson-Quellier, *La consommation engagée* (2018)
- ¹⁶ Daniel Kahneman et Amos Tversky, « Subjective probability : A judgment of representativeness », *Cognitive Psychologie*, 1972
- ¹⁷ Richard Thaler, « Some Empirical Evidence on Dynamic Inconsistency », *Economics Letters*, 1981
- ¹⁸ Richard Thaler, *Misbehaving. Les découvertes de l'économie comportementale*, 2018
- ¹⁹ Pierre Bourdieu, *La Distinction : critique sociale du jugement* (1979)
- ²⁰ Thorstein Veblen, *Théorie de la classe de loisir* (1899)
- ²¹ Alfred Marshall, *Principles of Economics*, 1890
- ²² Frank Knight, *Risk, uncertainty and profit*, 1921
- ²³ Robert Giffen, *Economic inquiries and studies*, 1904
- ²⁴ Thorstein Veblen, *Théorie de la classe de loisir*, 1899
- ²⁵ Adam Smith, *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations*, 1776
- ²⁶ Vilfredo Pareto, *Manuel d'économie politique*, 1906
- ²⁷ Kenneth J. Arrow et Gérard Debreu, « Existence of an Equilibrium for a Competitive Economy », *Econometrica*, 1954
- ²⁸ Hugo F. Sonnenschein, « Market excess demand functions », *Econometrica*, 1972
- ²⁹ Rolf R. Mantel, « On the characterization of aggregate excess demand », *Journal of Economic Theory*, 1974
- ³⁰ Gérard Debreu, « Excess demand functions », *Journal of Mathematical Economics*, 1974
- ³¹ Kenneth J. Arrow, *Social Choice and Individual Values*, 1951
- ³² Karl Marx, *Le Capital* (1867)
- ³³ Karl Polanyi, *La Grande transformation* (1944)
- ³⁴ Pierre Bourdieu, *La Misère du monde* (1993)
- ³⁵ Michael J. Sandel, *Ce que l'argent ne saurait acheter* (2014)