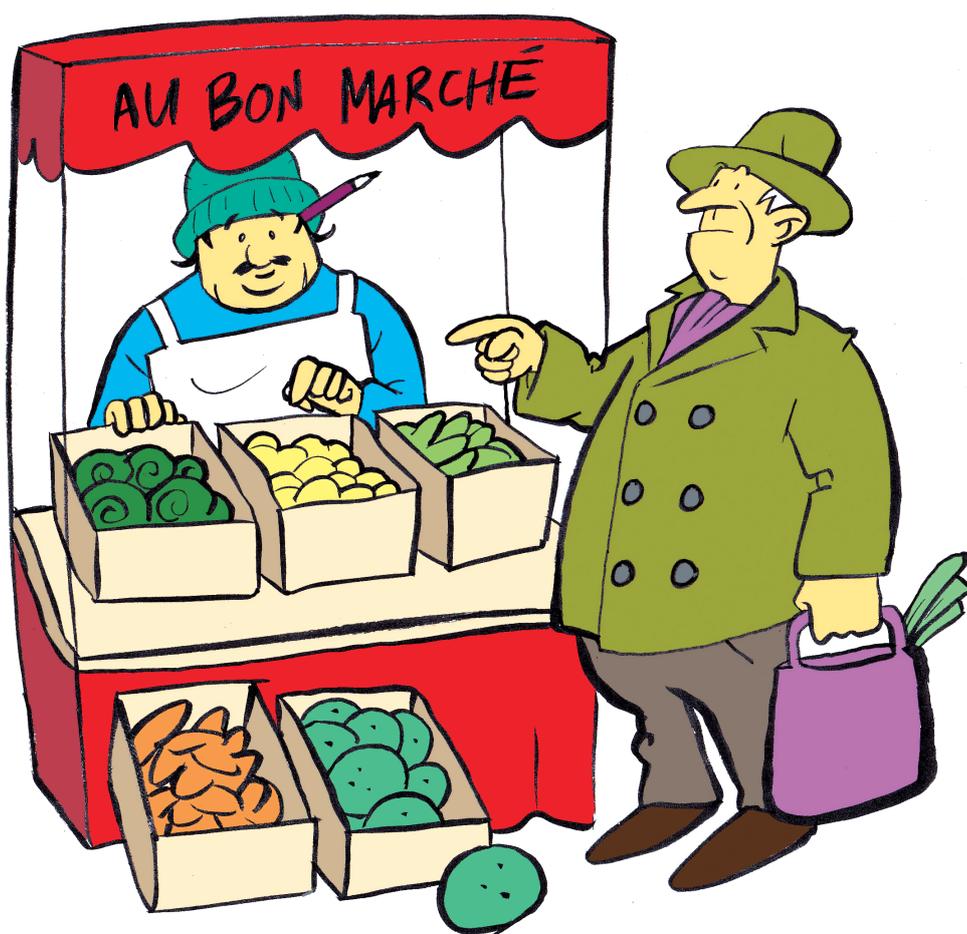


# 41

## L'économie de marché



OBJECTIFS ÉVALUATEURS .....	2
1. Économie de marché.....	3
1.1 Généralités.....	3
1.2 Diverses formes de marché.....	3
2. Formation des prix .....	4
2.1 Demande.....	4
2.2 Offre.....	9
3. Équilibre du marché .....	11
3.1 Pénurie.....	11
3.2 Excédent .....	12
4. Structure du marché / formes de marché.....	18
4.1 Monopole.....	18
4.2 Oligopole .....	20
4.3 Concurrence monopolistique.....	20

## Objectifs

Profils			Objectifs évaluateurs	Auto-évaluation
B	E	M	1.5.4.3 Économie de marché.	
B	E	M	<p>J'explique, à l'aide de graphiques prédéfinis et sur la base quantité/prix, des exemples concrets sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>• Le fonctionnement d'un marché.</li> <li>• La courbe de demande et déplacement de la demande.</li> <li>• La courbe de l'offre et déplacement de l'offre.</li> <li>• L'élasticité-prix de la demande.</li> <li>• La fonction de contrôle des prix.</li> </ul>	



## 1 Économie de marché

### 1.1 Généralités

L'économie de marché **est un système économique dans lequel les prix se forment par le jeu de l'offre et de la demande**. L'économie de marché est aussi caractérisée par la liberté individuelle, par la concurrence et par l'existence du profit.

Le terme **marché** est aujourd'hui employé couramment. Son origine remonte à l'organisation de foires de commerce, aux 12<sup>e</sup> et 13<sup>e</sup> siècles. Durant plusieurs siècles, le marché existait concrètement, il était localisable. Mais la multiplication des possibilités d'échange a transformé le marché en un élément abstrait, pas nécessairement localisé en un endroit précis, qui regroupe désormais l'ensemble des producteurs et des consommateurs d'un bien ou d'un service.

Ce qui importe dorénavant, c'est que ceux qui ont l'intention de vendre et ceux qui ont envie d'acheter soient en contact d'une manière ou d'une autre, par téléphone, via internet ou par tout autre moyen de communication.

On appelle donc marché **le lieu (réel ou virtuel) de rencontre entre l'offre (les producteurs – vendeurs) et la demande (les consommateurs) d'un bien ou d'un service**. On peut parler de marché pour tous les biens et les services, pour toutes les catégories de biens : marché de l'énergie, marché du blé, marché des biens de consommation, marché des capitaux (ou marché financier), marché du travail, etc.

La rencontre entre l'offre du producteur et la demande du consommateur s'effectue par l'intermédiaire du marché, d'où le terme d'économie de marché.

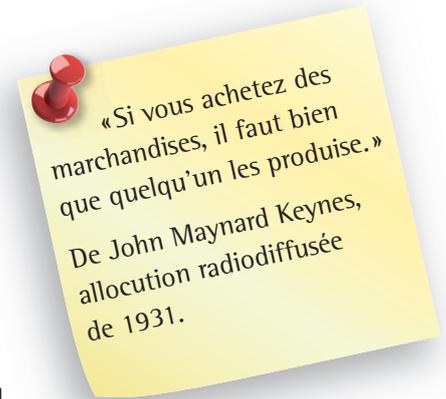
### 1.2 Diverses formes de marché

**Les rapports de force entre offreurs et demandeurs sont d'une importance primordiale dans l'élaboration des prix**. C'est pour cette raison que des économistes ont établi une classification des formes de marché en comparant le nombre d'offreurs et de demandeurs agissant sur le marché. La classification la plus utilisée est la classification de Stackelberg<sup>1</sup>.

Offre \ Demande	Un vendeur	Quelques vendeurs	Nombreux vendeurs
Un acheteur	Monopole bilatéral	Monopsone partiel	Monopsone pur
Quelques acheteurs	Monopole partiel	Oligopole bilatéral	Oligopsone pur
Nombreux acheteurs	Monopole	Oligopole	<b>Concurrence parfaite</b>

Les différentes caractéristiques de ces formes de marché sont décrites précisément à la partie 4 « Structure du marché / formes de marché ».

<sup>1</sup> Le baron Heinrich von Stackelberg (1905-1946) est un économiste allemand.





## 2. Formation des prix

Le raisonnement sur la formation des prix se basera sur la concurrence parfaite, soit de nombreux acheteurs (la demande) et de nombreux vendeurs (l'offre).

### 2.1 Demande

**La demande indique les quantités d'un bien que les consommateurs sont disposés à acheter à un prix, à un moment donné.**

En général, plus le bien ou le service est cher, moins les consommateurs sont décidés à en acheter. **D'autre part, des variables telles que le revenu à disposition ou l'utilité d'un bien influence également le comportement d'achat du consommateur.**

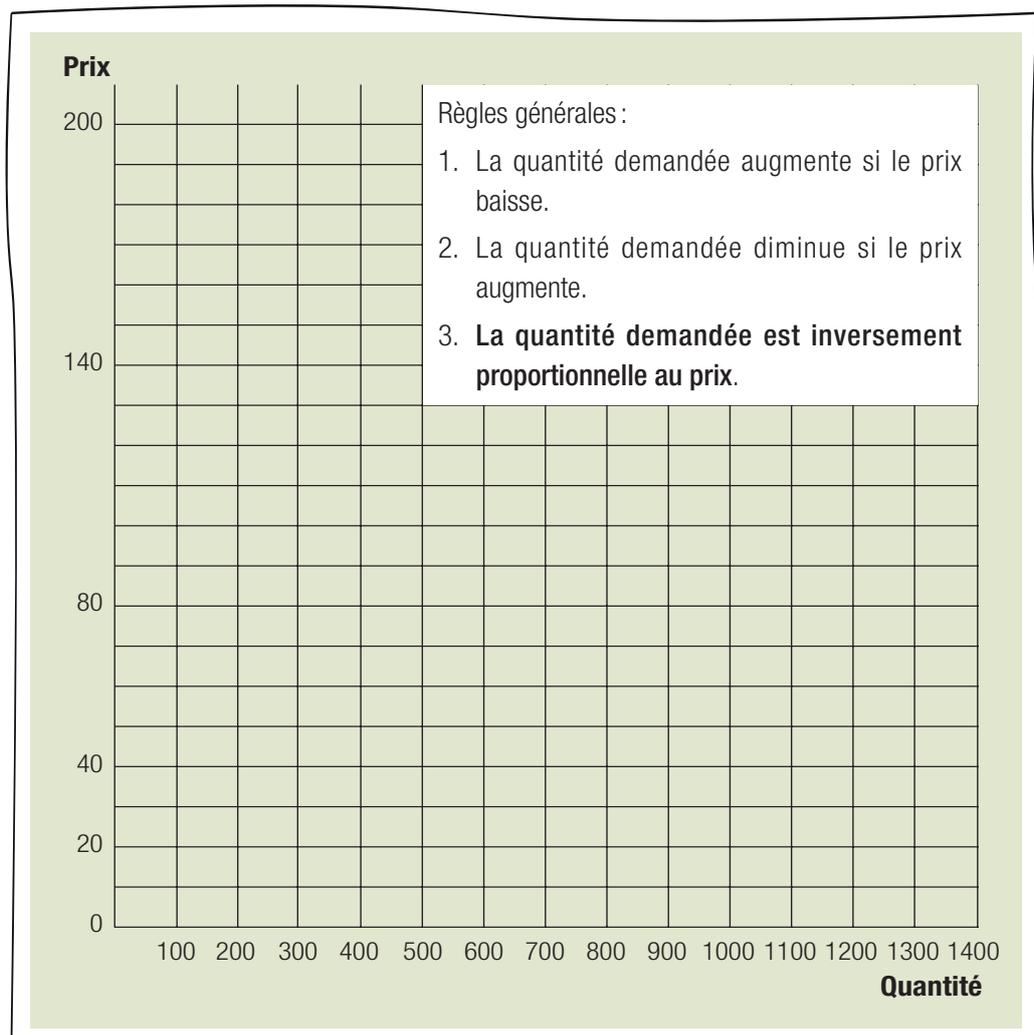
#### Exemple

Prix unitaire	Quantité demandée
200	100
140	200
80	400
40	700
20	1300

#### EXERCICE

##### Exercice 41.1

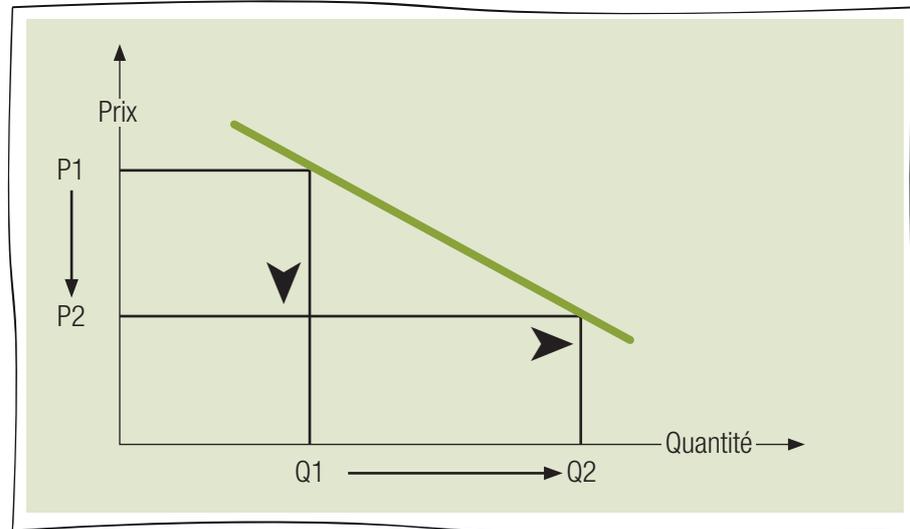
À l'aide des chiffres du tableau ci-dessus, veuillez tracer la courbe de la demande.



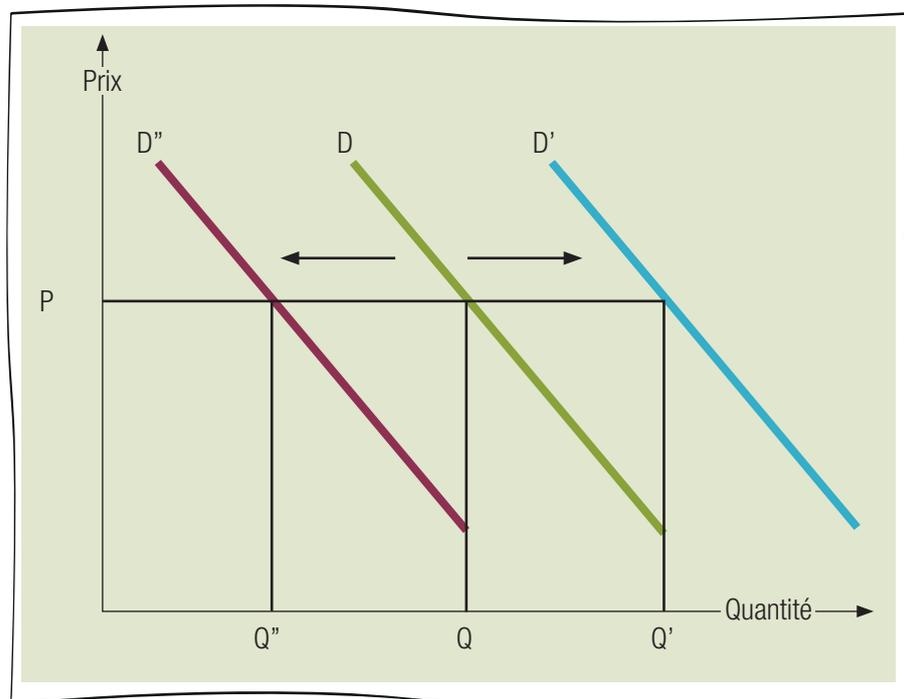


### Déplacements de la demande

La quantité demandée peut augmenter ou diminuer à la suite d'une variation de prix. Il s'agit d'un **déplacement le long de la courbe** de la demande.



Si les consommateurs acceptent d'acheter davantage au même prix, la courbe de la demande se déplace vers la droite ( $D'$ ); à l'inverse le déplacement vers la gauche correspond au fait qu'ils achètent moins si le prix ne change pas ( $D''$ ).





Ces déplacements peuvent être dus aux causes suivantes :

Déplacement à gauche (D'') = diminution de la demande	Déplacement à droite (D') = hausse de la demande
Utilité moins importante	Utilité plus élevée
Baisse des prix des biens substituables	Augmentation des prix des biens substituables
Augmentation des prix complémentaires	Baisse des prix complémentaires
Baisse du revenu	Hausse du revenu
Anticipation d'une baisse de prix	Anticipation d'une augmentation de prix

## Élasticité de la demande



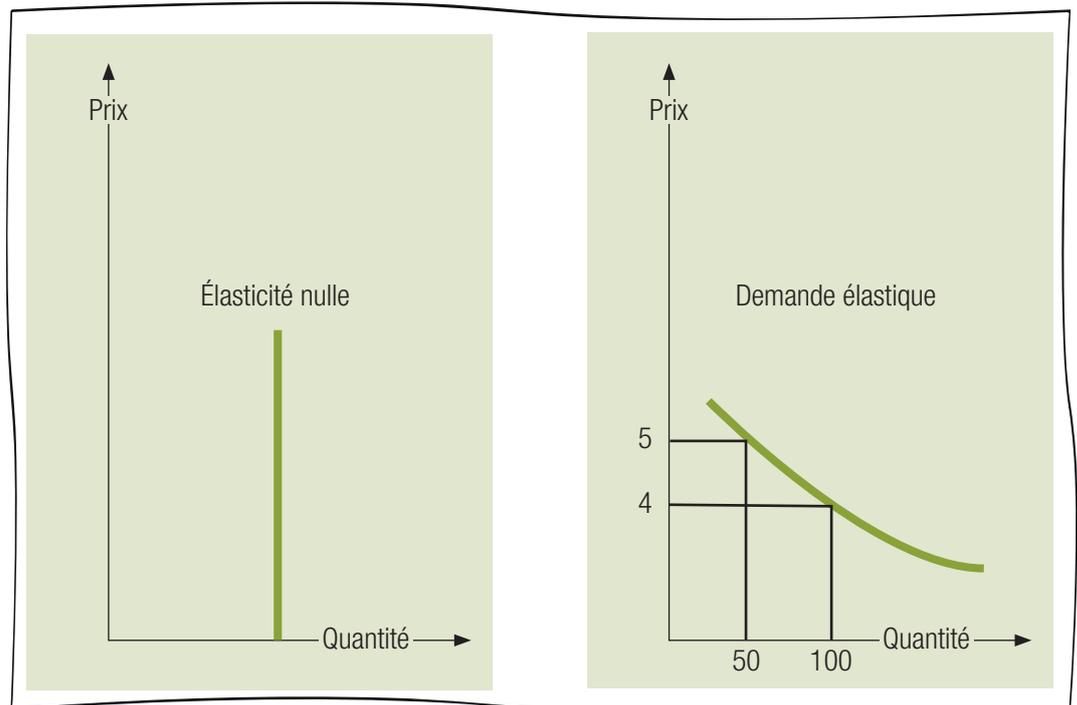
La variation de la quantité demandée en fonction d'un changement de prix n'est pas la même pour tous les articles. Si, par exemple, le prix du sel double, la quantité demandée ne se modifiera pas beaucoup. Par contre, si le prix du champagne double, la quantité demandée variera probablement beaucoup.

**L'élasticité de la demande indique dans quelle mesure une variation de prix se répercute sur la quantité demandée.** On parle aussi de sensibilité de la demande au prix.

**La demande est élastique si un changement de prix entraîne une variation significative de la quantité demandée.** Généralement, la demande pour des articles moins nécessaires ou facilement remplaçables est élastique (vêtements, télévisions, automobiles, marché des devises, etc.)

**La demande est inélastique si un changement de prix entraîne très peu de variation de la quantité demandée.** Généralement, la demande des biens de première nécessité est inélastique (certains aliments tels que le sel, le pain, etc.).

Une élasticité nulle : quel que soit le prix, la demande est insensible à la variation de prix. Exemples : les pompes funèbres, la plupart des médicaments, etc.



### Cas particuliers d'élasticité de la demande

Dans certains cas, il peut arriver que l'élasticité de la demande soit positive : plus le prix augmente, plus la demande augmente. Cette situation se rencontre dans le **domaine du luxe** où des prix plus élevés rendent les biens plus exclusifs. L'apparence, le snobisme jouent alors un rôle dans le comportement du consommateur.

Les **biens complémentaires** ne sont pas achetés pour eux-mêmes, mais parce qu'ils servent à utiliser d'autres biens. Il en est ainsi du carburant pour les voitures automobiles, des lames de rasoir pour les rasoirs, etc.

La demande de ces biens ne réagit pas de manière normale aux changements de prix, puisqu'elle est couplée avec celle d'un autre bien<sup>2</sup>. La quantité demandée du bien complémentaire est non seulement insensible aux variations de son prix, mais varie de manière aberrante puisque sa demande évolue en fonction de la variation de prix du bien de base.

	Voiture	Prix bas	Prix élevé
Carburant			
Prix bas		Demande grande	Demande faible
Prix élevé		Demande grande	Demande faible

<sup>2</sup> On parle dans ce cas d'élasticité croisée négative.

**EXERCICE****Exercice 41.2** 

Qualifiez l'élasticité de la demande des biens suivants :

Biens / services	Élastique	Partiellement élastique	Inélastique
Le beurre			
Une raquette de tennis			
Une poupée Barbie			
Une bouteille de vin (grand cru classé)			
Un filet de bœuf			
Une télévision 3D			
Un médicament pour lutter contre le cancer			
L'essence (à court terme)			



## 2.2 Offre

L'offre est constituée des biens et des services que les entreprises mettent à disposition sur le marché, à un certain prix à un moment donné, pour satisfaire la demande des consommateurs.

L'offre dépend essentiellement de la comparaison entre les coûts de production et le prix de vente. Mais la technologie ainsi que l'État, via des taxes, des impôts, peuvent influencer le prix. Comment se comporte un producteur ou un entrepreneur lorsque le prix se modifie ?

En règle générale, si le prix d'un bien augmente, le producteur offre plus de quantités, car le profit par unité vendue augmente. À l'inverse, si le prix baisse, la quantité offerte diminue, car le prix de vente ne lui assure plus la même marge bénéficiaire.

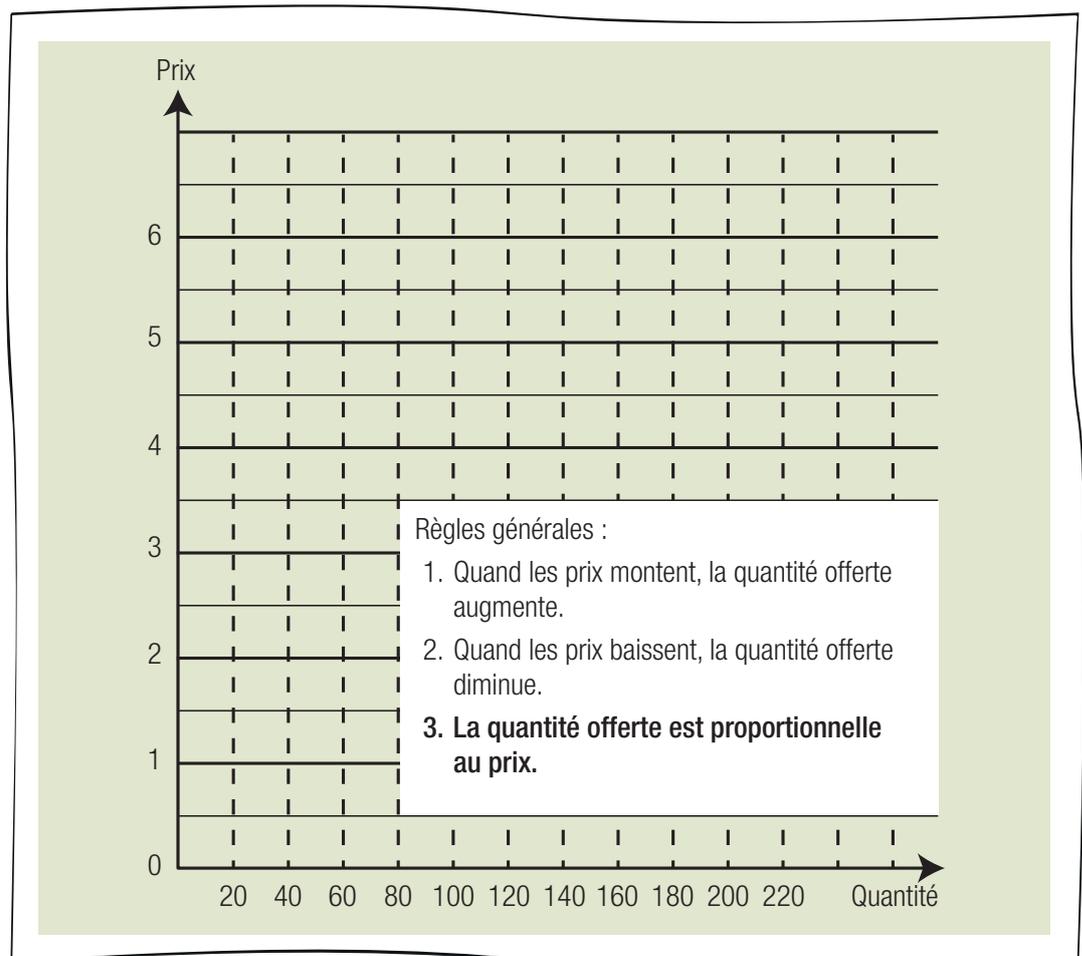
### Exemple

Prix	2	3	4	5	6
Quantité	0	40	80	120	160

### EXERCICE

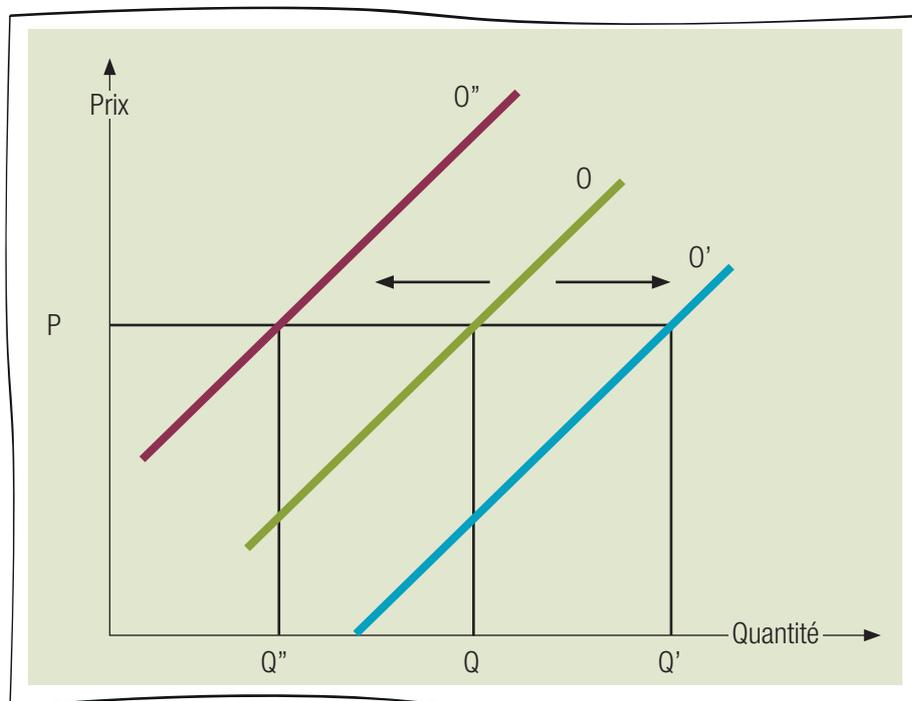
#### Exercice 41.3

À l'aide des chiffres du tableau ci-dessus, veuillez tracer la courbe de l'offre.



## Déplacements de l'offre

La quantité offerte peut augmenter ou diminuer en fonction de plusieurs facteurs.



Ces déplacements peuvent être dus aux raisons suivantes :

Déplacement à gauche (O'') = diminution de la production	Déplacement à droite (O') = hausse de la production
Hausse des coûts des facteurs de production (salaires, matières premières, etc.)	Baisse des coûts des facteurs de production (salaires, matières premières, etc.)
Modifications négatives des techniques de production (une usine brûle)	Progrès technologique (amélioration de la productivité)
Facteurs externes (catastrophes naturelles, modification du climat, etc.)	Facteurs externes (par exemple une année exceptionnelle pour l'agriculture)
Augmentation de la fiscalité (droits de douane, taxes, etc.)	Diminution de la fiscalité (droits de douane, taxes, etc.)
Perturbations sociales ou politiques (grèves, guerres, etc.)	

## Élasticité de l'offre

Comme dans le cas de la demande, la courbe d'offre peut avoir une plus ou moins forte élasticité.

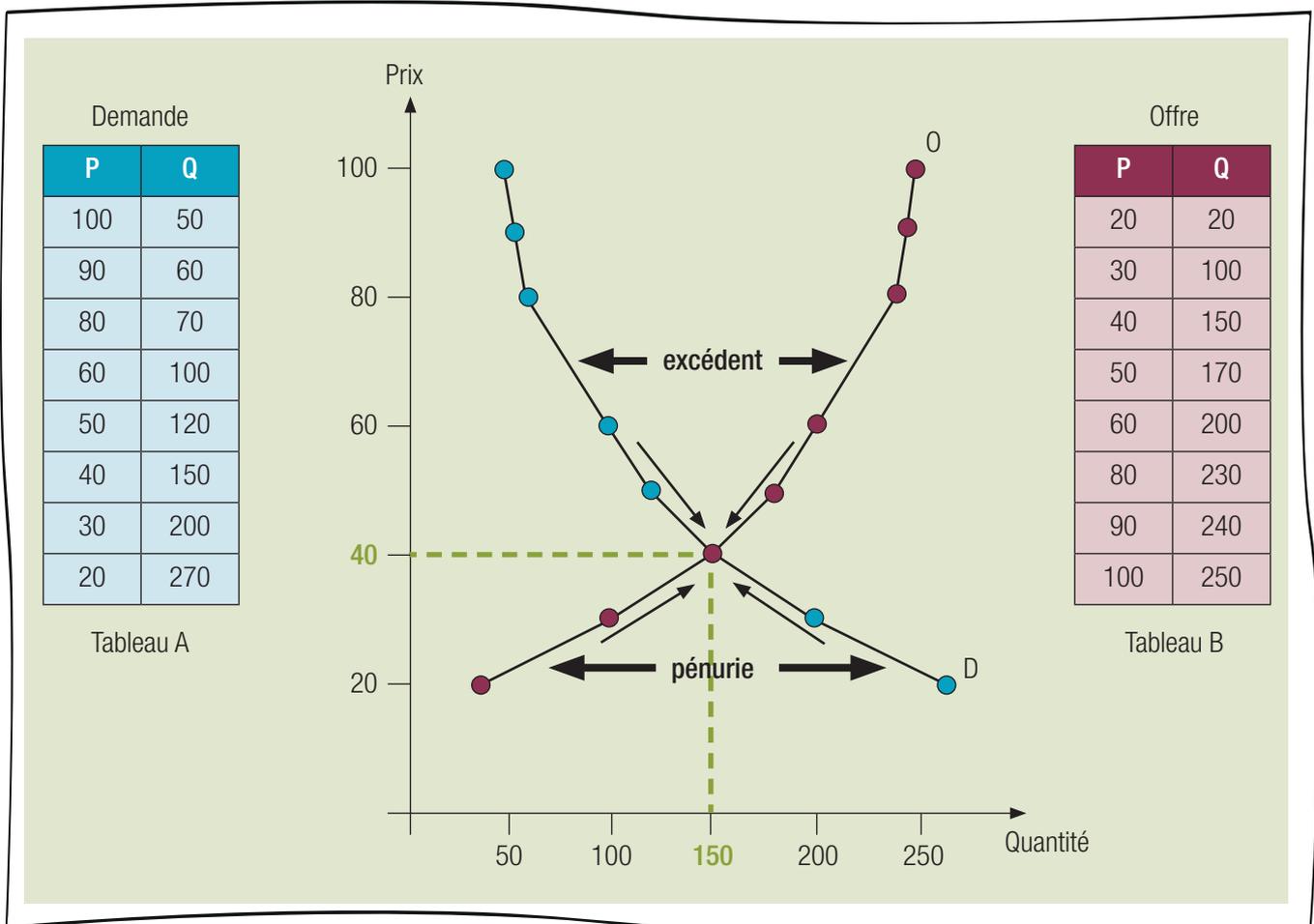
**L'élasticité de l'offre renseigne sur la vigueur des réactions des vendeurs – producteurs à la suite d'une variation de prix.**

L'offre est dite élastique ou fortement élastique lorsqu'une variation de prix pour un produit entraîne une variation du volume de la production du produit. Les offreurs réagissent rapidement aux variations du prix. Les exemples de produits possédant cette élasticité sont des produits facilement reproductibles (les habits ou le marché des devises par exemple).



L'offre est **inélastique** quand une augmentation de prix pour un produit n'entraîne pas l'augmentation de l'offre de ce produit. La quantité est fixe, indépendamment du prix (exemple : les œuvres d'art, le produit d'une pêche, d'une récolte)

**3. Équilibre du marché** Dans une économie de marché **avec concurrence** (c'est-à-dire où les offreurs et les demandeurs sont nombreux), **le prix se fixe, théoriquement, par la rencontre entre l'offre et la demande.**



En traçant une courbe précise de la demande de chemises (tableau A) et une autre de l'offre de chemises (tableau B), on remarque que le prix d'équilibre s'établit à CHF 40.00 pour une quantité échangée de 150 articles.

**On parle donc d'équilibre de marché lorsque la quantité offerte d'un bien est égale à la quantité demandée de ce bien.**

### 3.1 Pénurie

Si le marché s'écarte momentanément du prix d'équilibre, il y sera ramené par le comportement des acteurs. En effet, si le prix était de CHF 30.00, le magasin de chemises, moins intéressé, n'offrirait que 100 articles à la vente, alors que les consommateurs, à ce prix-là, en réclameraient 200. Il en résulterait **une pénurie** de 100 chemises. S'apercevant vite de la situation, le vendeur augmenterait son prix, certain de trouver des consommateurs prêts à payer plus cher.



### 3.2 Excédent

Si le prix s'établissait à CHF 50.00, le vendeur serait prêt à augmenter sa quantité offerte à 170 articles, mais à ce prix élevé, il ne se trouverait plus que 120 clients. Il s'ensuivrait alors **un excédent** de 50 chemises qui resteraient sur les rayons. Pour écouler ce stock, le magasin baisserait ses prix et trouverait des acheteurs intéressés par un prix inférieur.

Mais dans la réalité, le processus décrit ci-dessus peut être entravé par différents facteurs :

- **L'écoulement du temps** peut contraindre le producteur à baisser les prix des denrées périssables (par exemple pour les produits alimentaires dont la date limite de vente approche ou encore pour les habits en fin des saisons).
- **L'État** joue un rôle non négligeable dans la formation des prix de certains articles en imposant des normes, en fixant des règles et en percevant des taxes.
- **Les coûts de production** influencent également et de manière considérable la formation des prix. Un vendeur peut baisser ses prix au-dessous de ses coûts, par exemple pour conquérir de nouveaux clients, mais il vendra à perte et ne pourra pas y survivre très longtemps !
- **La structure du marché** : le nombre d'entreprises sur un marché, l'absence de concurrence, la possibilité d'entrer et de sortir de ce marché, la différenciation des produits face à la concurrence, etc. jouent certainement le rôle le plus important dans la fixation des prix. Par exemple, le monopoleur privé fixera le prix qui lui assure le meilleur rendement car il y a absence de concurrence potentielle.

### EXERCICES

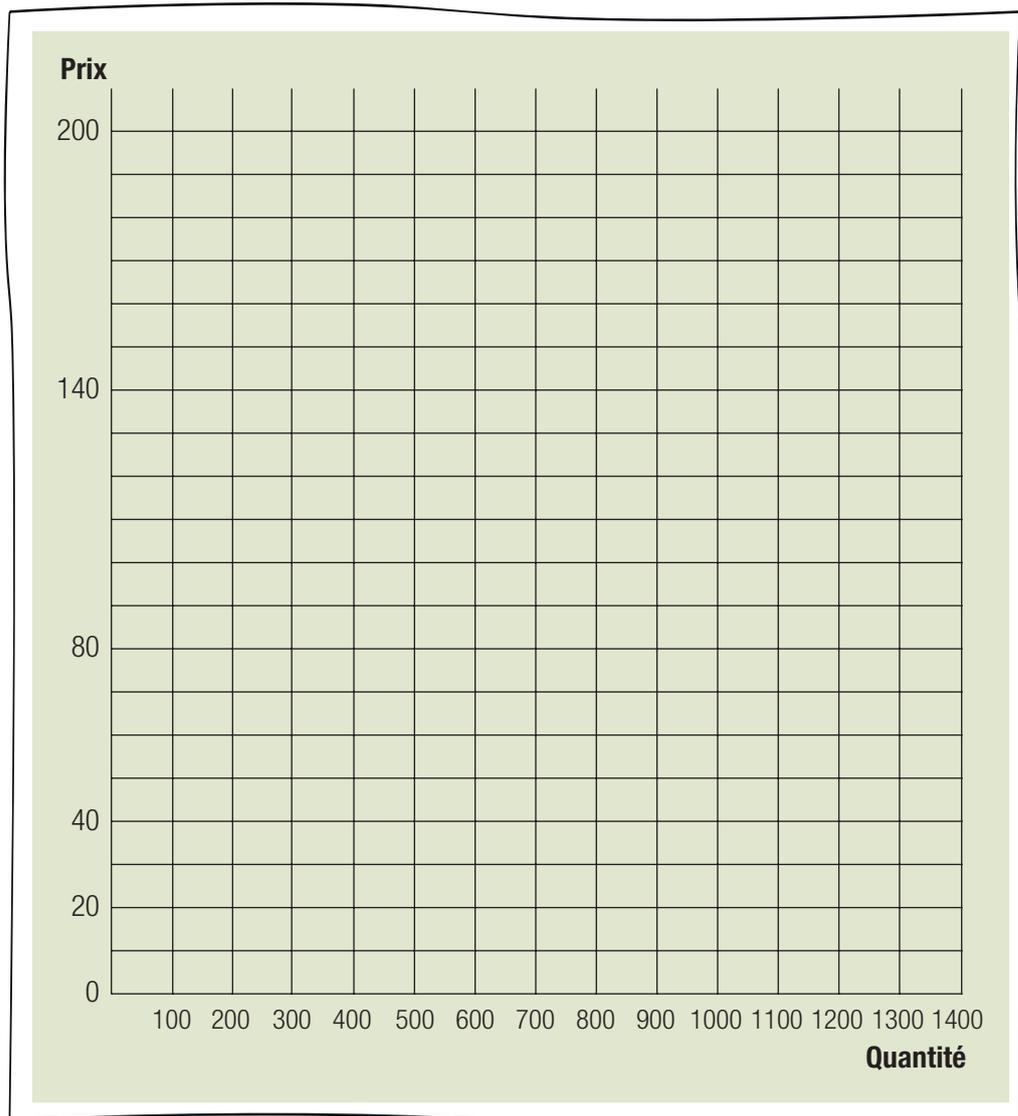
#### Exercice 41.4



En tant que responsable des ventes d'une entreprise d'articles sportifs, vous êtes appelé à présenter un dossier sur la situation du marché des T-shirt «Luna» lors d'une réunion de direction. Les informations suivantes sont à votre disposition :

Demande		Offre	
Prix unitaire	Quantités	Prix unitaire	Quantités
CHF 200.00	100	CHF 20.00	100
CHF 140.00	200	CHF 40.00	700
CHF 80.00	400	CHF 80.00	1000
CHF 40.00	700	CHF 140.00	1200
CHF 20.00	1'300	CHF 200.00	1300

1. Présentez la courbe de demande.
2. Construisez la courbe de l'offre.
3. Déterminez le prix et la quantité d'équilibre.



4. Si le T-shirt est vendu à CHF 80.00, la demande s'élèvera à \_\_\_\_\_ unités et la quantité offerte à \_\_\_\_\_ unités. Il y aura \_\_\_\_\_ (pénurie ou excédent) de \_\_\_\_\_ unités et le commerçant \_\_\_\_\_ son prix.
5. Si le T-shirt est vendu à CHF 20.00, la demande s'élèvera à \_\_\_\_\_ unités et la quantité offerte à \_\_\_\_\_ unités. Il y aura \_\_\_\_\_ (pénurie ou excédent) de \_\_\_\_\_ unités et le commerçant \_\_\_\_\_ son prix.

**Exercice 41.5** 

Indiquez si les affirmations suivantes sont vraies ou fausses.

Lorsque le prix d'une marchandise baisse, les ventes augmentent :	Vrai	Faux
Parce que les consommateurs préfèrent cette marchandise à d'autres pour leur consommation.		
Parce qu'à ce prix moins élevé, les consommateurs peuvent en acheter davantage.		
Parce qu'il y a plus de consommateurs disposés à l'acheter à un prix inférieur.		
Pour toutes ces raisons.		

L'intersection des courbes d'offre et de demande pour un bien ou un service détermine :	Vrai	Faux
Le prix d'équilibre de cette marchandise.		
La quantité échangée au prix d'équilibre.		
Le point où ne persistent ni excédent ni pénurie de la marchandise.		
Tout cela ensemble.		

Si un prix se situe en dessous du prix d'équilibre :	Vrai	Faux
Un excédent de demande apparaît.		
Un excédent d'offre apparaît.		
Les stocks des producteurs augmentent.		
Tout cela ensemble.		

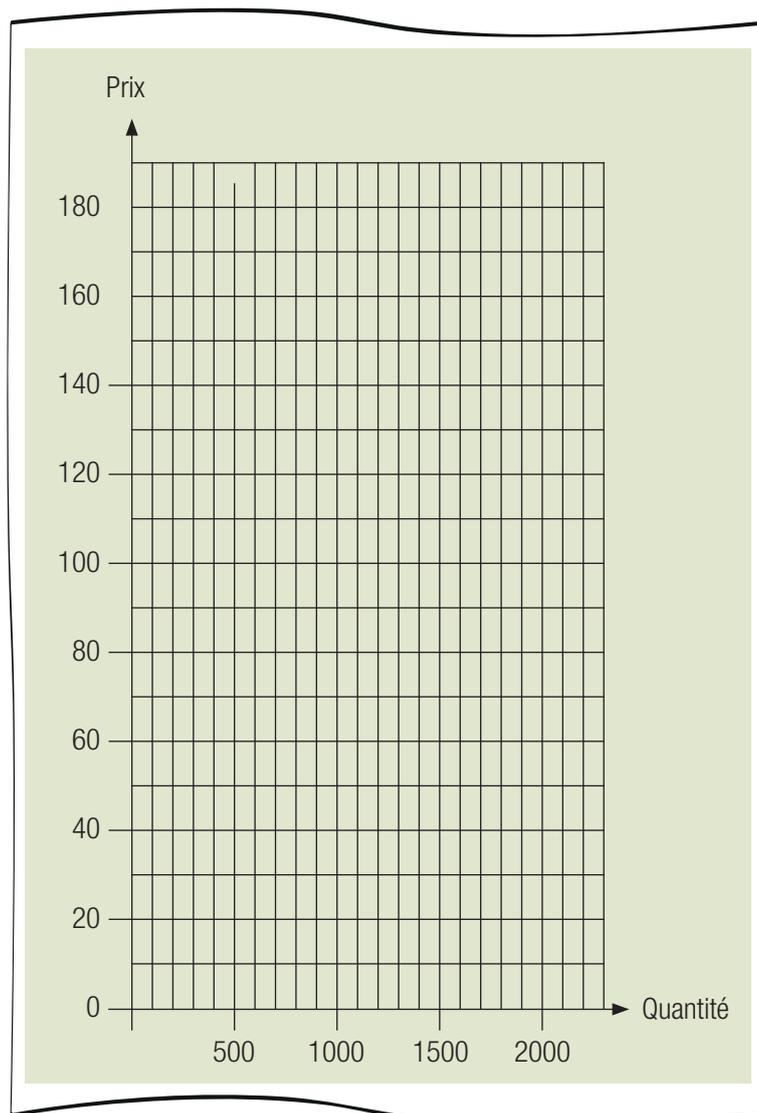
En cas de mauvaises récoltes :	Vrai	Faux
L'offre de produits agricoles augmente.		
Les prix des produits agricoles augmentent.		
La demande diminue.		
Tout cela ensemble.		



**Exercice 41.7** 

Imaginons qu'un fabricant de radios-réveils désire étudier les relations entre l'offre et la demande de son produit. Il établira la courbe de l'offre en déterminant à chaque niveau ce que son entreprise peut produire en fonction du coût de fabrication et des disponibilités en main-d'œuvre et matériel. Pour la courbe de demande, il se fondera sur ses statistiques de ventes, une éventuelle enquête de marché et l'opinion des revendeurs. Les chiffres qu'il obtient sont résumés dans le tableau ci-dessous.

Demande		Offre	
Prix unitaire	Quantités	Prix unitaire	Quantités
CHF 180.00	200	CHF 30.00	100
CHF 150.00	300	CHF 40.00	700
CHF 120.00	500	CHF 60.00	1'200
CHF 90.00	800	CHF 90.00	1'600
CHF 60.00	1'200	CHF 120.00	1'900
CHF 40.00	1'700	CHF 150.00	2'100
CHF 30.00	2'300	CHF 180.00	2'200





Travail demandé :

1. Reportez les chiffres de la demande sur le graphique et tracez-en la courbe.
2. Même travail avec les chiffres de l'offre.
3. À l'aide du graphique, répondez aux questions suivantes :
  - a) Quel est le prix d'équilibre? \_\_\_\_\_
  - b) Quelle est la quantité échangée à ce prix? \_\_\_\_\_
  - c) Quelle est la situation (pénurie ou excédent) qui résulterait d'un prix de marché de CHF 120.00? \_\_\_\_\_
  - d) Quelle serait alors la pression sur les prix? À la hausse ou à la baisse?

---



---



---

- e) Mêmes questions que les deux précédentes si le prix se fixait à CHF 40.00

---



---



---



---



Pour en savoir plus sur **la formation des prix**, allez sur le site d'iconomix, une offre de formation de la BNS, et vous y trouverez un dossier appelé : « Marché et formation des prix »

<http://www.iconomix.ch/fr/materiel/m03/>



Pour en savoir plus sur **les avantages d'une économie monétaire**, allez sur le site d'iconomix, une offre de formation de la BNS, et vous y trouverez un dossier appelé : « Monnaie et échange »

<http://www.iconomix.ch/fr/materiel/m10/>



Pour en savoir plus sur **la discrimination par les prix**, allez sur le site d'iconomix, une offre de formation de la BNS, et vous y trouverez un dossier appelé : « Discrimination par les prix »

<http://www.iconomix.ch/fr/materiel/a010/>

#### 4. Structure du marché / formes de marché

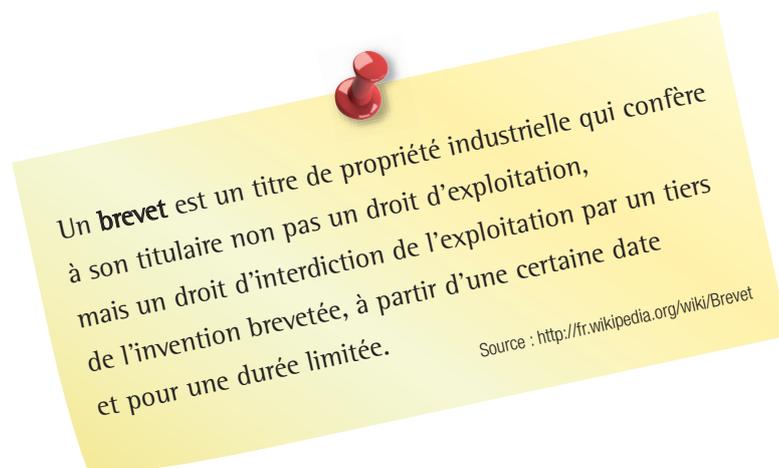
##### 4.1 Monopole

Il y a monopole lorsqu'**un seul offreur se trouve en présence de beaucoup de demandeurs**.

Le monopole peut avoir sa source dans une condition naturelle favorable (matières premières, sites, etc.), dans une situation de fait (restaurant dans un petit village), dans une situation créée par l'État (l'assurance incendie obligatoire dans certains cantons, les CFF) ou encore pour des raisons psychologiques (préférences subjectives découlant de l'irrationalité des consommateurs).

Au sens juridique, il existe des **monopoles privés** et des **monopoles publics** :

- Le monopole privé se rencontre lorsqu'un **brevet** est accordé à une entreprise par suite de la découverte d'un nouveau produit ou de la commercialisation d'un service particulier. Le brevet permet à l'entreprise de se protéger de la concurrence pendant quelques années.



- Le monopole public est créé par l'État en sa faveur, lorsqu'il désire être seul – ou par l'intermédiaire de concessionnaires – à offrir certains produits sur le marché. En Suisse, par exemple, l'émission de billets de banque et de la monnaie, la distillation des alcools, la production d'énergie nucléaire.

Le **but du monopole privé** est de réaliser un profit maximal. Il choisira donc un prix de vente qui lui permet de réaliser la recette la plus importante, sachant qu'un prix trop élevé nuirait à ses ventes, alors qu'un prix trop bas lui permettrait de vendre beaucoup d'articles sans pour autant réaliser un chiffre d'affaires important.

Mais la recherche d'un rendement maximal rend tout monopole fragile : des substituts existent pour presque tous les biens (la margarine pour le beurre, le poisson pour la viande, etc.). Il est alors facile de renoncer aux produits d'un monopoleur peu scrupuleux. De plus, des profits trop importants attireront la convoitise de nombreuses entreprises qui chercheront à prendre part à ce marché. Finalement, le progrès technique peut être plus faible, l'entreprise monopoleuse cherchant plus à maximiser ses ventes et son profit au détriment d'une meilleure combinaison des facteurs.

La plupart des collectivités publiques interviennent par le moyen d'une législation qui vise à atténuer les effets des monopoles ou, même, à en empêcher l'apparition. En Suisse, c'est la commission de la concurrence qui a cette mission.



La défense de la concurrence est une tâche cruciale dans une économie de marché. En Suisse, cette défense se fonde sur la mise en œuvre de la loi sur les cartels. La mise en application de la loi est faite par la commission de la concurrence (COMCO), qui est une administration fédérale indépendante, ainsi que son secrétariat. Les tâches de la commission sont la lutte contre les cartels nuisibles, les comportements abusifs d'entreprises dominantes, le contrôle des fusions ainsi que la prévention d'entraves légales à la concurrence.

Source : <http://www.weko.admin.ch/index.html?lang=fr>

Le monopole public peut remplir plusieurs objectifs :

- Fournir des services que les initiatives privées dédaignent en les considérant non rentables. Il s'agit d'un but d'utilité publique (exemples : la Poste et la livraison du courrier tous les jours et dans toutes les régions, même reculées, de la Suisse).
- Souhaiter, pour des raisons de santé publique par exemple, que la diffusion d'un bien soit contrôlée (exemples : le sel, la distillation des alcools).
- Préserver les intérêts nationaux en conférant, par exemple, le droit exclusif d'émettre les billets de banque à la BNS. Le monopole public remplit ici une **mission régalienn**e et permet d'approvisionner l'économie en monnaie et de mener une politique monétaire servant l'intérêt général du pays.

**Régalien** (du latin *regalis*, royal). Définit ce qui est attaché à la souveraineté (peuple, roi, selon les régimes politiques). En économie, les fonctions régaliennes désignent des tâches que l'État ne doit pas ou ne peut pas déléguer à des sociétés privées. Elles sont au nombre de quatre :

1. Assurer la sécurité extérieure par la diplomatie et la défense du territoire.
2. Assurer la sécurité intérieure et le maintien de l'ordre public.
3. Définir le droit et rendre la justice.
4. Détenir la souveraineté économique et financière en émettant de la monnaie, notamment par le biais d'une banque centrale.

Source : <http://fr.wikipedia.org/wiki/R%C3%A9galien>



#### 4.2 Oligopole

On parle d'oligopole lorsque **l'offre sur un marché est l'œuvre d'un petit nombre d'entreprises**. Cette situation se présente, entre autres, pour les cigarettes, les fournisseurs de télécommunications mobiles, le commerce de détail.

#### 4.3 Concurrence monopolistique

Forme de marché la plus répandue dans notre monde économique contemporain, la concurrence monopolistique désigne un **marché caractérisé par la présence de nombreux vendeurs (comme la concurrence parfaite) offrant des produits différenciés les uns par rapport aux autres, mais tous susceptibles de satisfaire à peu près le même besoin**. Ainsi, contrairement au monopole, un nombre parfois important de producteurs offrent à une multitude d'acheteurs des produits similaires. À titre d'exemple, on peut citer le marché des boissons gazeuses où de nombreuses marques sont offertes à la vente. Même si elles ont chacune des différences de goût, elles sont toutes là pour satisfaire un même besoin : éteindre sa soif.

La concurrence monopolistique réunit les qualités de la concurrence et du monopole. Chaque entreprise crée pour son produit ou pour sa marque une situation de monopole par rapport aux concurrents. Sur le marché de l'automobile, par exemple, chaque producteur a le monopole de sa propre marque, mais les marques sont en concurrence les unes par rapport aux autres, d'où le terme de concurrence monopolistique.

Quant aux consommateurs, ils n'agissent pas de façon parfaitement rationnelle : ils accordent leur préférence à un vendeur qu'ils connaissent, sont sensibles à la publicité, etc. Les producteurs cherchent à exploiter exclusivement des segments du marché, cette façon de procéder leur assurant de meilleurs profits. La concurrence ne se réalise pas uniquement, dans ces conditions par rapport au prix, mais aussi aux niveaux de la qualité, de la forme, de la marque, etc.

#### EXERCICE

##### Exercice 41.8

1. L'économie de marché est caractérisée par différents éléments comme la liberté individuelle. Citez-en deux autres.

---

---

---

---

---

---

---



2. Quelle est la conséquence sur les prix d'une situation de pénurie? Veuillez cocher la bonne réponse.

- Les prix diminuent jusqu'au prix d'équilibre.
- Les prix augmentent jusqu'au prix d'équilibre.
- Les prix diminuent jusqu'à ce que l'offre soit plus grande que la demande.
- Les prix augmentent jusqu'à ce que l'offre soit plus grande que la demande.
- Les prix ne bougent pas.

3. Répondez par vrai ou faux aux affirmations suivantes :

Proposition	Vrai	Faux
a) La demande de cigarettes est parfaitement inélastique.		
b) Les coûts de production influencent la formation des prix.		
c) En cas de mauvaise récolte de raisin, le prix du vin augmente.		
d) La baisse du prix des scooters entraîne une diminution de la demande de casques.		
e) Le monopole a tendance à faire baisser le niveau général des prix.		
f) La concurrence monopolistique différencie les biens par la marque du produit.		
g) L'offre de champignons frais est élastique par rapport à une variation de prix.		

4. Le monopole public :

- a) Quel est l'objectif prioritaire de ce monopole ?

---



---



---



---



---



---



---



---



---



---



b) Citez deux exemples.

---

---

5. Complétez la phrase suivante sur les formes de marché :

*Les chiffres entre parenthèses indiquent le nombre de mots manquants.*

Le (1) \_\_\_\_\_ n'est pas la forme de marché la plus développée. En effet, le système le plus courant dans une économie de marché est la (2) \_\_\_\_\_ qui peut être définie comme la forme de marché sur lequel se trouve des (3) \_\_\_\_\_ les uns par rapport aux autres, mais tous susceptibles de (1) \_\_\_\_\_ à peu près le (2) \_\_\_\_\_.

6. Cochez la ou les affirmations correctes.

- Quand la demande est supérieure à l'offre, le prix augmente.
- Quand les prix baissent, la demande augmente.
- Quand l'offre est supérieure à la demande, le prix augmente.
- Quand les prix augmentent, les producteurs élèvent l'offre.
- Si tous les producteurs élèvent l'offre, l'offre dépassera la demande à un certain moment.
- Lorsque l'offre dépassera la demande, les prix baisseront et les producteurs réduiront l'offre.
- Le prix d'équilibre s'établit lorsque l'offre et la demande se rencontrent.

7. Pour quelles raisons la courbe de l'offre se déplace-t-elle à gauche ?

---

---

---

---

---

---

---

---