

## Fiche 4 : LE MARCHÉ ET LA FORMATION DES PRIX

*Dans le cadre de leur activité économique, les agents économiques échangent des biens et services sur des marchés. Cet échange aboutit à la fixation d'un prix qui s'impose aux entreprises en situation de concurrence.*

### 1. Qu'est-ce qu'un marché ?

Un *marché* est le lieu de rencontre, fictif ou réel, de *l'offre* et de la *demande* pour un bien ou un service donné.

#### a) Quelles sont les composantes de tout marché ?

Tout marché se caractérise par :

- le bien économique, objet de l'échange ;
- les acteurs de l'échange, dont les objectifs sont souvent opposés ;
- la fixation d'un prix et d'une quantité.

#### b) Quels sont, selon la nature des biens échangés, les principaux marchés ?

Marchés	Acteurs et objectifs : Offre	Acteurs et objectifs : Demande	Biens échangés	Prix
des biens et services	entreprises → maximiser le profit	ménages, administrations, autres entreprises → obtenir le meilleur rapport qualité/prix	biens et services	prix des biens et services
du travail	ménages → obtenir les salaires les plus élevés possibles	entreprises, adm. → recruter la main-d'œuvre dont on a besoin à un prix satisfaisant	travail	Salaire
Des capitaux	ménages, entreprises, institutions financières → obtenir la meilleure rémunération	tous agents économiques → obtenir les capitaux au moindre coût	capitaux	Taux d'intérêt

### 2. Quelles sont les principales structures des marchés ?

Selon le nombre d'offreurs et de demandeurs, on distingue :

- le *marché de concurrence parfaite* : nombreux offreurs et nombreux demandeurs (atomicité), homogénéité du produit, libre entrée sur le marché (fluidité), transparence du marché, mobilité des facteurs de production ;
- les *marchés de concurrence imparfaite* où toutes les conditions ( ou l'une d'elles seulement) de la concurrence parfaite ne sont pas remplies :
  - le *monopole* : un seul vendeur (# atomicité) ; il peut avoir pour origine la détention d'une ressource naturelle, d'un brevet ou la constitution d'un service public ;
  - l'*oligopole* : quelques vendeurs (duopole si deux vendeurs seulement) ;
  - la *concurrence monopolistique* : un grand nombre de vendeurs pratiquant une politique de différenciation du produit en vue de le rendre unique (# homogénéité).

### 3. Comment se forment les prix sur les différents marchés ?

### **a) Comment se forment les prix sur les marchés de concurrence parfaite ?**

C'est le marché qui détermine le prix dit "*prix du marché*" ou "prix d'équilibre" (prix pour lequel on a : Offre = Demande). Le prix d'équilibre s'impose aux entreprises. (*voir aussi dans le menu général "Qu'est-ce que l'Économie ?"*).

### **b) Par quel type de concurrence se caractérisent les marchés réels ?**

Il y a toujours une concurrence plus ou moins forte, mais imparfaite :

- des situations qui se rapprochent de la concurrence pure et parfaite (exemple : marché des fruits et légumes)
- des situations de monopole, de concurrence monopolistique et surtout d'oligopole.

### **c) Comment se forment les prix sur les marchés réels ?**

La formation des prix dépend de la stratégie des entreprises qui prennent en compte :

- le coût de revient :  $\text{Prix de Vente} = \text{Coût de Revient} + \text{marge}$  (vente à perte interdite) ;
- les réactions des consommateurs : prix psychologique ou prix d'acceptabilité ;
- la nature du produit :
  - > produit de luxe → forte marge (stratégie d'écémage).
  - > produit courant → faible marge (stratégie de pénétration) ;
- la structure de la concurrence : plus la concurrence est forte, plus l'entreprise devra tenir compte des prix pratiqués par les concurrents et moins sa marge bénéficiaire sera élevée.