

Séquence 1

Comment fonctionne un marché concurrentiel ?

Objectifs

- Savoir que le Marché est une institution et savoir distinguer les marchés selon leur degré de concurrence (de la concurrence parfaite au monopole).
- Savoir interpréter des courbes d'offre et de demande ainsi que leurs pentes, et comprendre comment leur confrontation détermine l'équilibre sur un marché de type concurrentiel où les agents sont preneurs de prix.
- Savoir illustrer et interpréter les déplacements des courbes et sur les courbes, par différents exemples chiffrés, notamment celui de la mise en œuvre d'une taxe forfaitaire.
- Savoir déduire la courbe d'offre de la maximisation du profit par le producteur et comprendre qu'en situation de coût marginal croissant, le producteur produit la quantité qui permet d'égaliser le coût marginal et le prix ; savoir l'illustrer par des exemples.
- Comprendre les notions de surplus du producteur et du consommateur.
- Comprendre la notion de gains à l'échange et savoir que la somme des surplus est maximisée à l'équilibre

Problématique

- Quels sont les déterminants de l'offre et de la demande ? Comment fonctionne le marché ?
- Comment les marchés se distinguent-ils selon leurs degrés de concurrence ?
- Comment obtient-on un gain à l'échange ?

Plan de la séquence

Partie A/ Qu'est-ce qu'un marché ?

1. Des marchés au Marché.
2. Le rôle des institutions.
3. De la concurrence parfaite au monopole : la diversité des structures de marché

Partie B/ Formations de l'offre de la demande et détermination du prix d'équilibre sur un marché concurrentiel.

1. La demande des consommateurs.
 - 1.1. Les déterminants de la demande
 - 1.2. Courbe de demande, pentes et sensibilité aux prix
2. L'offre des producteurs.
 - 2.1. Les déterminants de l'offre
 - 2.2. Courbe d'offre, pentes et sensibilité aux prix
3. La coordination par le marché
 - 3.1 La détermination du prix et de la quantité d'équilibre
 - 3.2 les modifications de l'équilibre de marché.
 - 3.3. Le surplus du consommateur/du producteur

TD n°1 : Comment les producteurs maximisent-ils leur profit ?

PARTIE 1/ COURS et EXERCICES



Partie A/ Qu'est-ce qu'un marché ?

- ✓ Qu'est-ce qu'un marché ?
- ✓ Quels rôles jouent les institutions ?
- ✓ Comment les marchés se distinguent-ils selon leur degré de concurrence ?

1. Des marchés au Marché.

Consulter le document 2 p 24 puis faire les questions suivantes 4, 5, 6.

Une grande diversité de marchés

Questions :

4. Expliquer.

Quelle définition l'auteur donne-t-il du marché ?

Le marché est le lieu – réel ou abstrait – où se confrontent une offre et une demande pour aboutir à la détermination du prix auquel se réaliseront les échanges.

5. Analyser.

Pourquoi peut-on dire avec l'auteur que l'« on ne sait pas où se trouve un tel marché » ?

« On ne sait pas où se trouve un tel marché » car le marché est rarement un lieu physique déterminé. Il est réparti en de nombreux lieux et peut aussi être abstrait.

6. Illustrer.

Donnez deux exemples de marchés « réels » et deux exemples de marchés « abstraits ».

Le marché des fruits et légumes à Rungis et les foires aux bestiaux dans de nombreux villages de France sont des marchés réels. Le marché du logement et celui des titres financiers sont des exemples de marchés abstraits.

Par exemple le marché d'un même bien peut se décliner sous des tailles différentes, être réel ou abstrait. Prenons le cas de la tomate, il existe des marchés locaux, un marché national, un marché européen et un marché mondial de la tomate.

On passe de marchés réels à des marchés plus abstraits pour un même produit mais cela fonctionne sur le même modèle. Seules les déclinaisons changent.

2. Le rôle des institutions.

Consulter la vidéo puis lire les documents 3 et 4 p 25 et faire les questions suivantes 10, 11, 12, 13 et 14.

Vidéo : <https://youtu.be/AO6171YCx-Q>

Doc 3 – Le marché, une construction historique

Questions :

10. Expliquer. Quel est le sens de la phrase soulignée ?

Identification des institutions énumérées dans la phrase soulignée :

- le système juridique est un ensemble de lois et de règlements qu'il est obligatoire de respecter ;
- le système financier est l'organisation par laquelle les capitaux s'échangent partout à travers le monde ;
- les comportements des agents économiques sont liés aux mentalités et à l'aptitude des agents à respecter les règles de fonctionnement du marché.

Ces trois éléments majeurs des institutions sont absolument nécessaires à un bon fonctionnement du marché.

Doc 4 - Des institutions chargées de surveiller l'application des règles de marché

Questions :

11. Expliquer.

Pourquoi le fonctionnement du marché nécessite-t-il l'établissement de règles ?

Les règles sont nécessaires au fonctionnement du marché car les différents intervenants doivent être d'accord sur les modalités de l'échange, l'établissement du prix, le paiement, la livraison des produits vendus, etc.

12. Analyser.

Quel est le rôle des institutions dans le fonctionnement du marché ?

Les institutions sont chargées de vérifier le bon respect des règles et donc de sanctionner les agents qui ne les respecteraient pas.

13. Justifier.

Montrez que dans certains cas, c'est l'État qui doit établir les règles de marché.

Dans certains cas, c'est l'État qui doit établir les règles de marché car il est le seul à détenir le pouvoir légitime de la contrainte.

L'État peut fixer des contraintes réglementaires, interdire certains produits comme le bisphénol dans la fabrication des contenants plastiques type biberon...

14. Illustrer.

Donnez des exemples de règles indispensables au bon déroulement des échanges sur le marché.

Quelques règles indispensables au bon fonctionnement du marché :

- respecter l'accord de vente,
- fournir le produit correspondant à l'accord,
- payer la somme convenue,
- respecter les délais convenus...

3. De la concurrence parfaite au monopole : la diversité des structures de marché.

Consulter le document 6 p 26 puis faire les questions suivantes 18 et 19.

Questions :

18. Analyser.

Le modèle de concurrence pure et parfaite a-t-il vocation à représenter l'économie réelle ?

Non, le modèle de la CPP n'a pas vocation à représenter l'économie réelle, car il s'agit d'un modèle théorique qui permet de comprendre les mécanismes à l'œuvre lorsque la concurrence se fait uniquement par les prix.

19. Décrire.

Quelles sont les évolutions de marché que ce modèle permet de prédire ?

Ce modèle permet de prédire comment évoluent les prix lorsque la demande et/ou l'offre varient, mais aussi comment évoluent les quantités demandées et les quantités offertes lorsque les prix varient.

Synthèse Partie A

Le marché est un lieu réel ou fictif sur lequel se rencontre l'offre et la demande et où l'échange se détermine grâce à un prix.

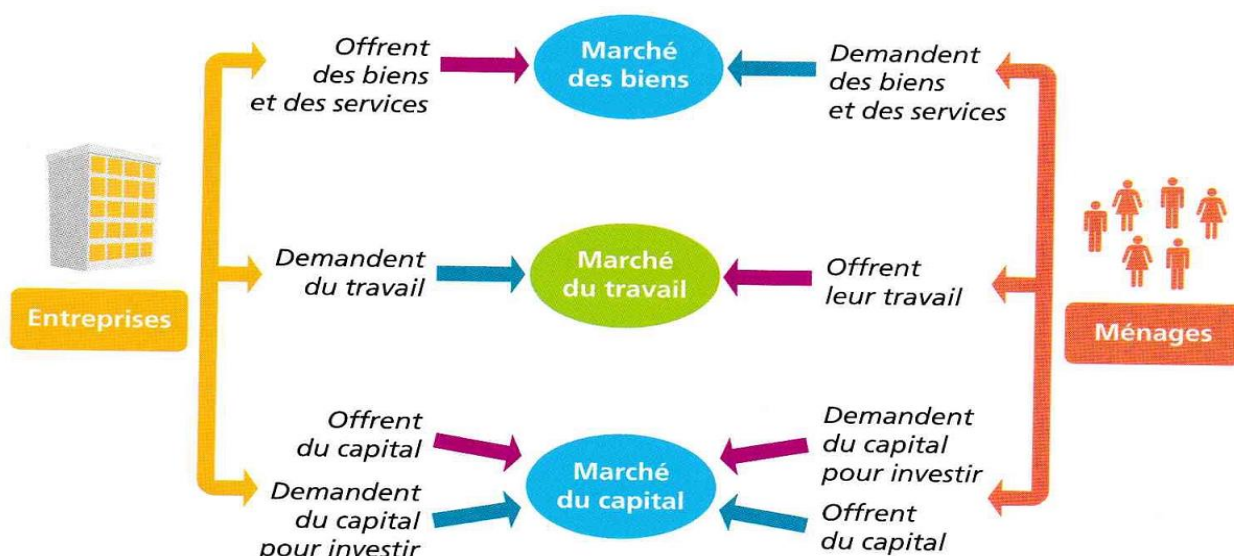
Sur un marché concurrentiel, le prix émerge de la confrontation de l'offre et de la demande. En effet, les agents sont des preneurs de prix (price takers) et n'ont donc aucune influence sur le marché.

Le modèle de la concurrence pure et parfaite repose sur les 5 conditions suivantes :

l'atomicité, la fluidité, l'homogénéité des produits, la transparence et la mobilité des facteurs de production est un modèle explicatif qui n'existe pas ou peu dans la réalité.

Il permet néanmoins de comprendre l'intégralité des autres situations de marché possibles : le degré optimal de la concurrence est représenté par la concurrence pure et parfaite et à l'autre bout le degré zéro de la concurrence est représenté par le monopole entre ces 2 situations extrêmes il existe une multitude de formes de marché différentes.

Les 3 types de marché dans une économie de marché



Source Magnard Editions, 2013

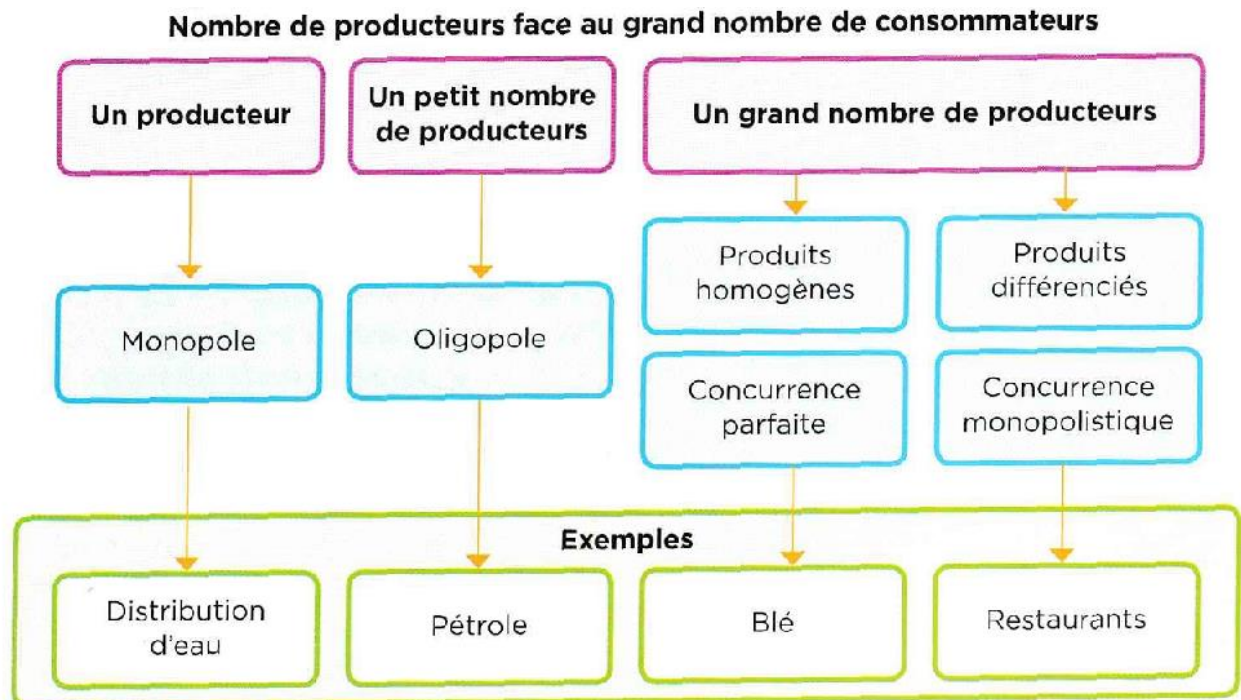
Les conditions de la concurrence pure et parfaite.

Le modèle de la concurrence pure et parfaite repose sur cinq hypothèses.

Hypothèses	Homogénéité des produits	Atomicité	Transparence de l'information	Fluidité	Parfaite mobilité des facteurs de production
Définition	Les biens satisfaisant un besoin spécifique sont identiques.	Un grand nombre de vendeurs et d'acheteurs sont présents sur le marché.	L'information est accessible à tous, immédiatement et sans coût.	Il n'existe ni barrières à l'entrée, ni barrières à la sortie.	Le travail et le capital peuvent se déplacer instantanément et sans coût d'un secteur à un autre.
Conséquences	La concurrence ne porte que sur les prix.	Aucun acheteur, aucun vendeur ne peut influencer le marché.	S'il existe sur le marché un bien au prix P, on ne peut le vendre (ni l'acheter) à un prix supérieur (inférieur) à P.	Les agents économiques sont libres d'acheter ou non, de vendre ou non.	Permet la réallocation des facteurs pour produire les quantités déterminées sur le marché.
Résultat	Sur un marché concurrentiel, un prix de marché unique s'impose aux acheteurs et aux vendeurs. Les agents économiques sont preneurs de prix.				

D'après Christine Lefebvre, « Les mécanismes du marché. La loi de l'offre et de la demande », Cahiers français, Découverte de l'économie, n° 345, juillet-août 2008.

Les différentes formes et structures de Marché



Source Editions Magnard, 2019

Partie B/ Formations de l'offre, de la demande et détermination du prix d'équilibre sur un marché concurrentiel.

1. La demande des consommateurs.

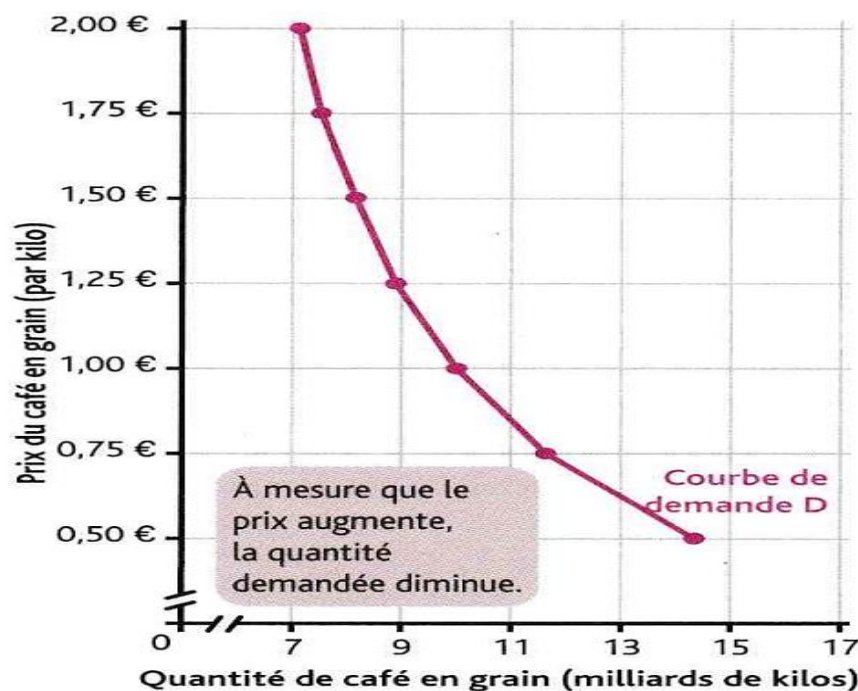
1.1 Les déterminants de la demande

La quantité demandée par les consommateurs, à prix donné, varie selon :

- **Les revenus** des agents économiques : plus le revenu augmente et plus on peut acheter de biens et inversement.
- **Le prix des biens substituables** : les consommateurs vont acheter un produit moins cher qui procure la même satisfaction ; si le prix du café augmente, ils en achèteront moins et optent pour du thé. Toutes choses égales par ailleurs.
- **Le prix des biens complémentaires** c-à-d des biens dont la consommation est liée, consommer l'un entraîne mécaniquement la consommation de l'autre. Si le prix du diesel augmente, les consommateurs achètent moins de voitures diesel.
- **Les anticipations rationnelles** : que l'anticipation repose sur quelque chose de fondée ou non, elle a un effet sur le comportement du consommateur. Si les consommateurs anticipent la baisse du prix d'un bien, ils reportent leurs achats au lendemain.
- **Les goûts** : les préférences des consommateurs qui dépendent de variables comme l'âge, le sexe, le milieu social...

Ces différents déterminants se combinent et sont complémentaires, ils influencent donc la hausse ou la baisse de la quantité demandée ainsi que l'intensité de celles-ci.

1.2 Loi de la demande, pentes et sensibilité aux prix



Source : Paul Krugman, *Microéconomie*, De Boeck, 2016.

La loi de la demande : la demande est fonction décroissante du prix.

Questions :

À l'aide des chiffres du graphique, vérifier la loi de la demande.

Pour un prix de 0,5€ la quantité de café en grains demandée est de 14,5 milliards de kilos et seulement de 7 Milliards de kilos lorsque le prix passe à 1,75€.

Pente et sensibilité :

La pente de la courbe de la demande reflète ainsi la sensibilité de celle-ci par rapport au prix, ce que les économistes appellent plus formellement l'élasticité prix qui est calculée en faisant le rapport entre la variation de la demande et la variation du prix.

La sensibilité mesure les réactions des consommateurs lorsque le prix augmente ou diminue. Lorsque les consommateurs sont peu sensibles à la variation du prix cela signifie qu'ils achètent toujours la même quantité même si le prix augmente.

Si les consommateurs sont sensibles au prix, une hausse du prix du bien entraîne une baisse de la quantité demandée.

2. L'offre des producteurs.

2.1 Les déterminants de l'offre des producteurs

À prix donné la quantité offerte varie selon :

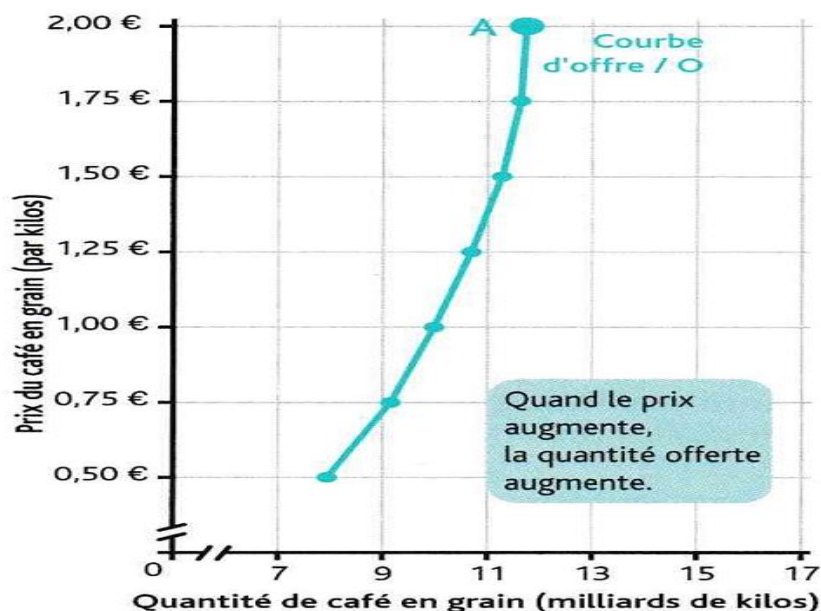
- **Le prix des facteurs de production** : si le prix des facteurs augmente, les coûts de production progressent, les entreprises produisent moins.
- **La technologie** en réduisant les coûts unitaires, le progrès technique rend profitable et donc effective une production plus élevée.

- **Les aléas naturels** : par exemple la prolifération d'insectes défavorable à la culture de fruits réduit la production, une tempête de grêle réduit la production de fruits...
- **La fiscalité** : si les taxes payées par les entreprises augmentent, leur production diminue car les coûts de production augmentent. A l'inverse une défiscalisation permet d'augmenter la quantité offerte.
- **Les subventions** : si les pouvoirs publics versent une aide financière aux entreprises celles-ci peuvent augmenter leur production. En général toute hausse ou baisse des coûts de production c'est-à-dire le prix des facteurs de production, le progrès technique, la fiscalité, la subvention etc... fait baisser ou augmenter la production.
- **Les anticipations rationnelles** : si les entreprises anticipent une hausse de la demande et une baisse des coûts elles sont incitées à produire.

Les anticipations rationnelles des entreprises qu'elles reposent sur quelque chose de vrai ou faux auront toujours un effet sur la quantité offerte.

Ces différents déterminants se combinent et sont complémentaires, ils influencent donc la hausse ou la baisse de la quantité offerte ainsi que l'intensité de celles-ci.

2.2. La courbe d'offre



Source : Paul Krugman, *Microéconomie*, De Boeck, 2016.

La loi de l'offre : l'offre est fonction croissante du prix.

Questions :

À l'aide des chiffres du graphique, vérifier la loi de l'offre.

Pour un prix de 0,5€ la quantité de café en grains offerte est de 8 milliards de kilos alors qu'elle passe à 11,5 milliards de kilos lorsque le prix passe à 1,75€.

Pente et sensibilité

La pente de la courbe d'offre reflète ainsi la sensibilité de celle-ci par rapport au prix ce que les économistes appellent plus formellement l'élasticité prix de l'offre calculée en faisant le rapport entre la variation de l'offre et la variation du prix.

3. La coordination par le marché

3.1 Détermination du prix et de la quantité d'équilibre

La coordination du marché : L'exemple du stylo par Milton Friedman.

Vidéo : [https://youtu.be/\\$DUB4Pw39sg](https://youtu.be/$DUB4Pw39sg)

Des demandes et offres individuelles aux Demandes et offres globales.

Vidéo : <https://www.youtube.com/watch?v=PB8gbk4sUqo>

Vidéo expliquant comment on passe des demandes individuelles à la demande globale.
C'est le même principe pour l'offre.

Consultez les documents 3 a et 4 p 29 et faire les questions suivantes 14, 15.

Doc 4 - Le prix de marché tend vers le prix d'équilibre

Questions :

14. Lire.

Lorsque l'offre est supérieure à la demande, le prix de marché est-il supérieur ou inférieur à son niveau d'équilibre ? Lorsque l'offre est inférieure à la demande ?

Lorsque l'offre est supérieure à la demande, le prix de marché est supérieur au prix d'équilibre, et inversement lorsque l'offre est inférieure à la demande.

15. Représenter.

Pour quel prix a-t-on une situation de pénurie ? Indiquez le segment concerné.

On a une situation de pénurie pour le prix P1.

3.2 Les modifications de l'équilibre de marché

Consultez le document 2 p 28 et faire les questions suivantes 4, 5, 6 et 7.

Questions :

4. Expliquer.

Quel est, selon la loi de la demande, le raisonnement du consommateur dans la détermination des quantités qu'il souhaite acquérir ? Même question pour l'offreur ?

Le consommateur détermine les quantités qu'il souhaite acquérir en fonction du prix de marché : par exemple, si le prix augmente et que le produit est substituable, alors le consommateur diminuera les quantités demandées.

Un produit substituable est un produit donc on peut remplacer la consommation par la consommation d'un autre produit similaire sans altérer la satisfaction du consommateur. Par exemple si le prix du café augmente j'achèterai moins de café et j'augmenterai ma consommation de thé. Le thé et le café sont « remplaçables ».

On peut intervertir la consommation de ces 2 biens en maintenant son niveau de satisfaction on parle d'utilité.

Le producteur va quant à lui augmenter les quantités offertes lorsque le prix augmente afin de réaliser le plus de gains possibles. Et inversement si le prix diminue.

5. Analyser.

Quelles sont les conditions pour lesquelles ces lois sont valables ?

Les conditions pour lesquelles ces lois sont valables sont :

- qu'il existe des produits substituables ;
- que les offreurs ne soient pas en mesure d'influencer ou d'imposer le prix.

6. Résumer.

Quelles sont les variations de l'offre et de la demande en fonction de l'évolution du prix (fonction croissante ou fonction décroissante) ?

L'offre est une fonction croissante du prix et la demande une fonction décroissante du prix.

7. Justifier.

Selon vous, ces lois sont-elles toujours vérifiées ?

Non, car tous les produits ne sont pas substituables, le prix n'est pas toujours l'unique critère de choix des consommateurs (qualité, marque, innovation, différenciation, etc.) et certaines entreprises sont suffisamment puissantes pour imposer leur prix.

Il existe aussi des produits non substituables, à un instant donné, comme le carburant par exemple. Si le prix du carburant augmente je subis la hausse des prix. Bien sûr je peux prendre les transports en commun ou faire du covoiturage mais la grande majorité des individus continueront à acheter de l'essence pour pouvoir se déplacer.

3.3 Le surplus du consommateur/du producteur

Consultez les documents 3, 4 et 5 p 33 et faire toutes les questions.

Doc 3 - Une représentation graphique du surplus total du consommateur**Questions :****8. Lire.**

Selon ce graphique, certains acheteurs de places de concert étaient-ils disposés à payer un prix supérieur au prix d'équilibre ?

Oui car on voit en observant la courbe de demande qu'il existe une demande pour un prix supérieur au prix d'équilibre.

9. Montrer.

Montrez que la surface « surplus du consommateur » représente effectivement les gains à l'échange réalisés par les acheteurs de places de concert.

La surface « surplus du consommateur » représente effectivement les gains à l'échange des acheteurs de billets de spectacle car elle représente l'ensemble des demandeurs qui étaient disposés à payer plus cher et qui vont finalement payer un prix inférieur.

10. Déduire.

En vous basant sur le mode de calcul du surplus du consommateur, déduisez pourquoi il n'y a plus de surplus pour une quantité supérieure à 500 places de concert.

Pour une quantité supérieure à 500 places de concert, il n'y a plus de surplus, car on trouve les demandeurs qui étaient disposés à payer un prix inférieur au prix d'équilibre. Donc les demandeurs qui n'achèteront pas ou qui subiront une « perte ».

11. Calculer.

En supposant que les consommateurs étaient disposés à acheter leur billet de spectacle pour un prix de 50 euros, calculez le surplus total du consommateur.

$$500 \times (50 - 30) / 2 = 5\,000 \text{ euros.}$$

Le surplus total du consommateur s'élève à 5000€, c'est à dire qu'au prix de la place les consommateurs étaient prêts à payer plus. Ce gain ira soit à la consommation d'un autre bien soit sera épargné.

Doc 4 - Une représentation graphique du surplus total du producteur**Questions :****12. Lire.**

Montrez que la surface « surplus du producteur » représente les gains à l'échange réalisés par les vendeurs de blé.

La surface « surplus du producteur » représente les gains à l'échange réalisés par les vendeurs de blé car la courbe d'offre montre qu'il y a des offreurs qui étaient disposés à vendre leur blé moins

cher que le prix d'équilibre.

13. Déduire. À partir du mode de calcul du surplus du producteur, déduisez pourquoi il n'y a plus de surplus pour une quantité supérieure à 1 million de boisseaux.

Il n'y a plus de surplus pour une quantité supérieure à 1 million de boisseaux car au-delà de cette quantité la courbe nous indique qu'il y a des offreurs, mais qui souhaitent vendre leur blé plus cher que 5 euros.

14. Calculer. En supposant que les producteurs étaient disposés à vendre leur boisseau de blé pour un prix de 2 euros, calculez le surplus total du producteur.

$$1 \text{ million} \times (5 - 2) / 2 = 1,5 \text{ million.}$$

Doc 5 - Le concept de surplus dans le modèle de concurrence pure et parfaite

Questions :

15. Définir.

Donnez une définition du surplus du consommateur et du producteur.

Le surplus du consommateur représente les gains réalisés par les consommateurs lorsqu'ils ont acheté un produit à un prix inférieur à celui auquel ils étaient disposés à l'acheter.

Le surplus du producteur représente les gains réalisés par les offreurs lorsqu'ils ont vendu leurs produits à un prix supérieur à celui auquel ils étaient disposés à le vendre.

16. Déduire.

Par quel calcul peut-on obtenir la valeur du surplus du consommateur et celle du surplus du producteur ?

- Surplus du consommateur individuel : prix auquel il était disposé à acheter le produit – prix auquel il l'a finalement acheté.

- Surplus du producteur individuel : prix auquel il était disposé à vendre son produit – prix auquel il l'a finalement vendu.

17. Expliquer.

Quel est le sens de la phrase soulignée ?

Le surplus total représente donc la somme de tous les gains réalisés aussi bien par les consommateurs que par les offreurs.

Synthèse Partie B

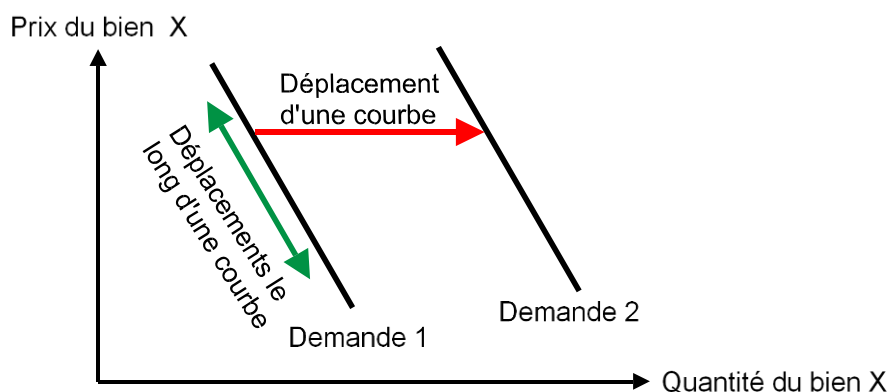
La demande des consommateurs

La demande représente la quantité désirée pour un niveau donné de prix.
Elle est une fonction décroissante du prix.

La pente de la courbe de demande dépend de la sensibilité de cette demande aux variations du prix c'est-à-dire de la réaction des consommateurs : si les consommateurs sont peu sensibles au prix, la pente sera raide (presque verticale). Inversement, lorsque les consommateurs sont très sensibles au prix du produit, la pente sera plus inclinée (plutôt horizontale).

Les déterminants de la demande : Les revenus, le prix des biens substituables, Le prix des biens complémentaires, Les anticipations rationnelles, les goûts.

Les déplacements de la courbe de demande :



- **Le déplacement le long de la courbe de demande (ajustement par le prix) :**

Le changement du prix entraîne un changement de la quantité demandée.

Toutes les autres variables qui influent sur la demande, comme le revenu, le prix d'autres biens, les préférences ou le nombre d'acheteurs ne changent pas.

- Le prix du bien X augmente, La quantité demandée du bien X diminue.
- Le prix du bien X diminue, La quantité demandée du bien X augmente

- **Le déplacement de la courbe de demande: (ajustement par les quantités)**

Ici vers la droite, cela signifie l'augmentation de la demande (l'inverse si la courbe se déplace vers la gauche).

Le revenu augmente ou diminue, le prix d'un bien substituable augmente, le prix d'un bien complémentaire diminue, le nombre d'acheteurs augmente

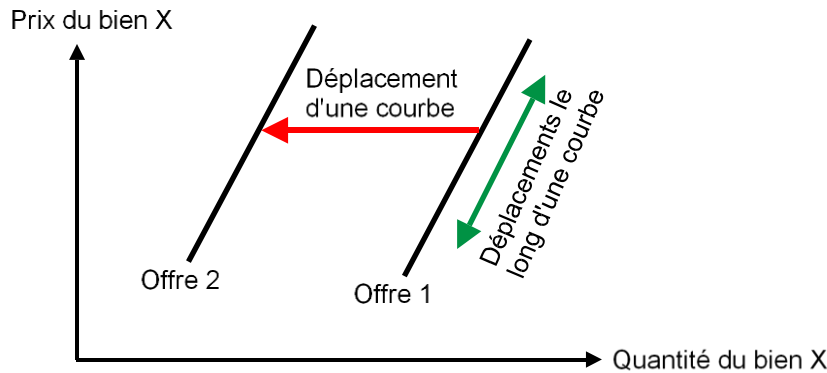
L'offre des producteurs

L'offre représente la quantité proposée à la vente pour un niveau donné de prix.
Elle est une fonction croissante du prix.

La pente de la courbe d'offre dépend de la sensibilité de cette offre aux variations du prix c'est-à-dire de la réaction des producteurs : si les producteurs sont peu sensibles au prix, la pente sera raide (presque verticale). Inversement, lorsque les producteurs sont très sensibles au prix du produit, la pente sera plus inclinée (plutôt horizontale).

Si le prix d'un produit augmente cela représente un gain potentiel plus élevé donc les producteurs vont réagir rapidement.

Les déterminants de l'offre : le prix des facteurs de production la technologie, les aléas naturels, la fiscalité, les subventions, les anticipations rationnelles.

Les déplacements de la courbe d'offre:

- **Déplacements le long de la courbe d'offre: (ajustement par le prix)**

Le changement du prix entraîne le changement de la quantité offerte.

Toutes les autres variables qui influent sur l'offre, comme le prix des facteurs de production, la technologie, l'impôt sur les ventes ou le nombre de vendeurs, ne changent pas.

- Si le prix du bien X augmente alors la quantité offerte du bien X augmente.
- Si le prix du bien X diminue alors la quantité offerte du bien X diminue

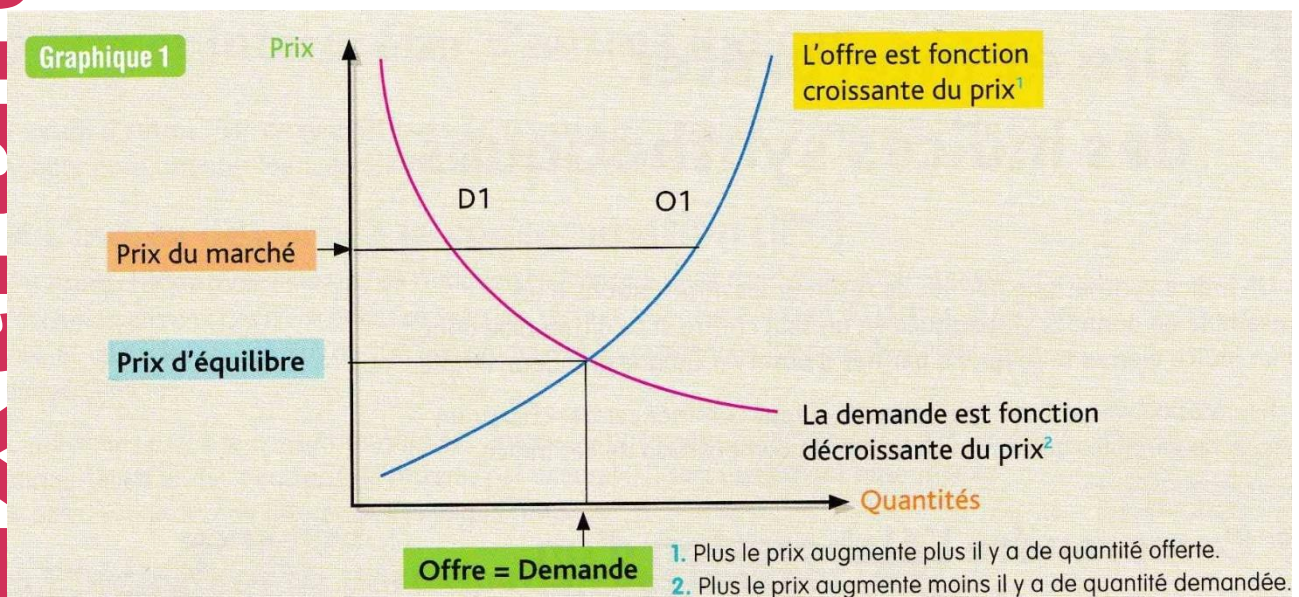
- **Déplacement de la courbe d'offre: (ajustement par les quantités)**

Ici vers la gauche, cela signifie une diminution de l'offre (c'est l'inverse si la courbe se déplace vers la droite).

Le prix des facteurs de production augmente, la productivité diminue (technologie), un impôt sur les ventes est introduit, le nombre de vendeurs diminue.

La détermination du prix d'équilibre sur un marché concurrentiel

Les marchés concurrentiels sont régulés par la loi de l'offre et de la demande : c'est le processus par lequel la flexibilité du prix conduit à l'égalité des quantités offertes et demandées sur un marché. Sur un marché concurrentiel, les agents sont preneurs de prix car aucun n'a d'influence sur le marché. L'ajustement des quantités offertes et demandées se fait donc grâce à la flexibilité du prix.

Les gains à l'échange

Il existe des gains à l'échange c'est-à-dire des gains réalisés par les participants à l'échange qui se mesure à la satisfaction supplémentaire qu'ils retirent de l'échange.

Le surplus du consommateur mesure le montant des gains qu'un consommateur retire de ses achats en faisant la différence entre le prix effectivement payé par ce consommateur et le prix qu'il aurait été prêt à payer.

Le surplus du producteur mesure quant à lui le montant des gains qu'un producteur retire de ses ventes en faisant la différence entre le prix auquel il vend effectivement ses biens ou services et le prix qu'il aurait été prêt à accorder. On mesure alors le surplus total en faisant la somme des gains retirés par les consommateurs et des gains retirés par les producteurs sur un marché.

Le surplus total est maximal à l'équilibre : en effet, c'est au prix d'équilibre que se réalisent le plus d'échanges et ainsi que sont maximisés les gains à l'échange. C'est pourquoi l'on peut dire que la somme des surplus (surplus du consommateur et du producteur) est maximisée à l'équilibre.

Lire et apprendre la synthèse et les notions pp 40-41 du Manuel.

Partie C/ Exercices d'application du cours.



Partie A/ Qu'est-ce qu'un marché ?

Exercice 1 :

Le modèle de la concurrence pure et parfaite.

Caractéristiques CPP	Explications
Atomicité	
Fluidité	
Homogénéité des produits	
Transparence	
Mobilité parfaite des facteurs de production	

Exercice 2 :

La diversité des structures de marché

Offre / Demande	Un seul vendeur	Quelques vendeurs	Un très grand nombre de vendeurs
Un seul acheteur	Monopole bilatéral. Ex:	Monopsone contrarié. Ex:	Monopsone. Ex:
Quelques acheteurs	Monopole contrarié. Ex:	Oligopole bilatéral. Ex:	Oligopsone. Ex:
Un très grand nombre d'acheteurs	Monopole. Ex:	Oligopole. Ex:	CPP. Ex:

A. Beitone, E. Buisson, C. Dollo, E. Le Masson, Economie, coll. Aide-mémoire, Sirey, 2001

Exercice 3 :

Les pouvoirs publics établissent les règles de marché.

Consultez le document 10 p 27 et faire les questions 28, 29 et 30.

Partie B/ Formations de l'offre, de la demande et Détermination du prix d'équilibre sur un marché concurrentiel.

Exercice 4 :

La demande des consommateurs.

Compléter le texte à l'aide des termes suivants : Diminue/augmente.

La loi de la demande : la demande est fonction décroissante du prix.

Plus le prix d'un bien _____, plus la quantité demandée du bien _____.

Inversement plus le prix d'un bien _____, plus la quantité demandée _____.

Exercice 5 :

L'offre des producteurs.

Compléter le texte à l'aide des termes suivants : Diminue/augmente.

La loi de l'offre : l'offre est fonction croissante du prix.

Plus le prix d'un bien _____, plus la quantité offerte du bien _____.

Inversement plus le prix d'un bien _____, plus la quantité offerte _____.

Exercice 6 :

Pentes des courbes et sensibilité.

Consultez le document 3 b p 29 et faire les questions 11, 12 et 13.

Exercice 7 :

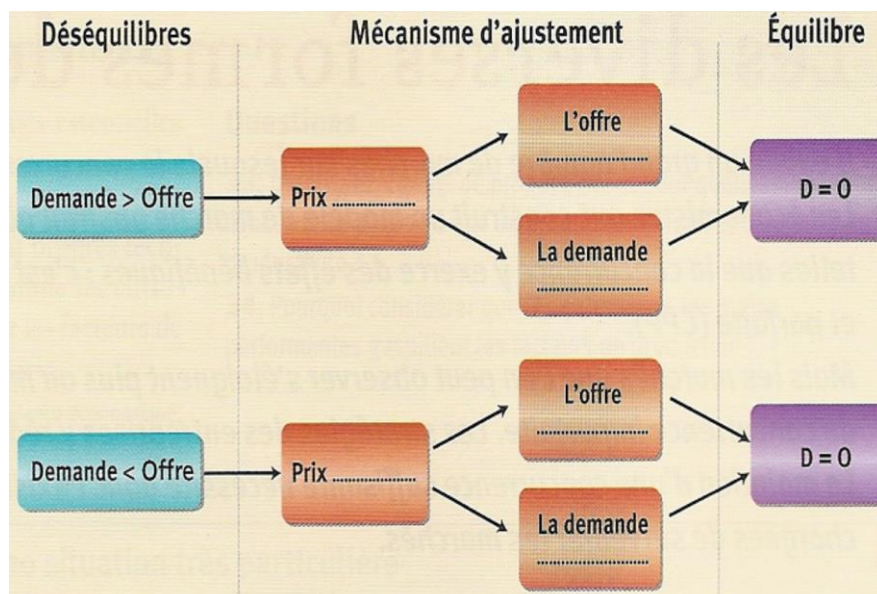
L'impact d'une taxe forfaitaire

Consultez le document 7 p 31 et faire les questions 25, 26, 27 et 28.

Exercice 8 :

Les variations de l'équilibre concurrentiel.

a/ Compléter le schéma avec les mots suivants : augmente/diminue

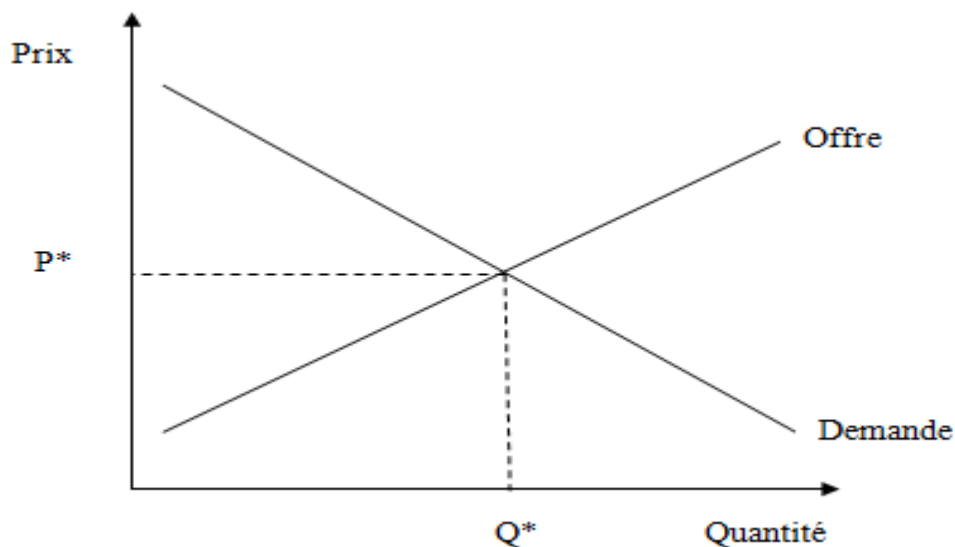


b/ Cas 1 : les conséquences de la canicule sur le marché des glaces.

Imaginons un été caniculaire. Comment cette chaleur anormale touchera-t-elle le marché des cornets de glace ?

Source : G.Mankiw « Principes de l'économie », *Economica*, 1998.

- 1) Quel est l'impact de cette canicule sur les préférences des consommateurs ?
- 2) Représentez graphiquement ce déplacement ;
- 3) Quelles sont les conséquences de cette canicule sur le marché des glaces ?

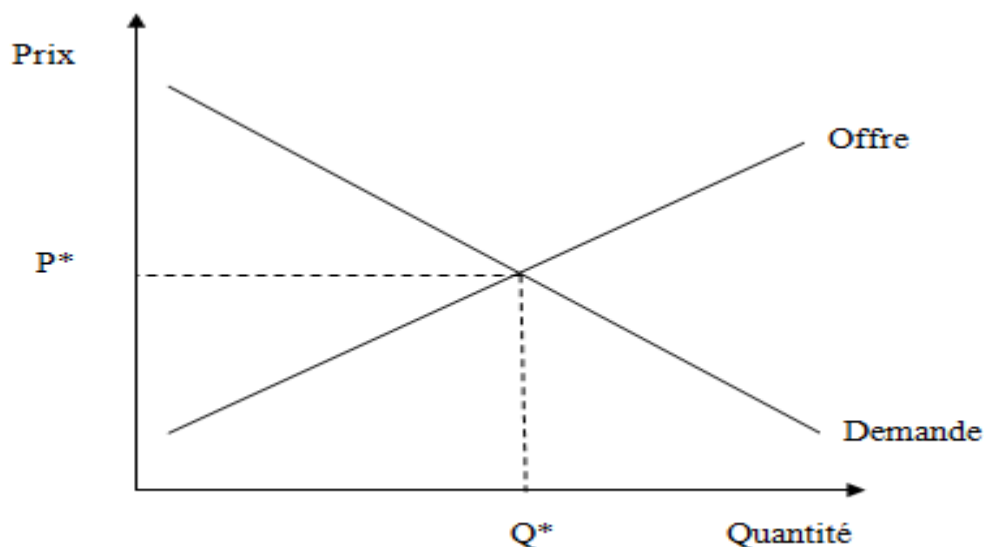


c/ Cas 2 : les conséquences d'un tremblement de terre sur le marché des glaces

Imaginons qu'un tremblement de terre détruise plusieurs fabriques de glaces. Comment ce tremblement de terre touchera-t-il le marché des cornets de glace ?

Source : G.Mankiw « Principes de l'économie », *Economica*, 1998.

- 1) Quel est l'impact de ce tremblement de terre sur la production de glaces ?
- 2) Représentez graphiquement le déplacement de la droite d'offre.
- 3) Quelles sont les conséquences de ce déplacement sur le marché des glaces ?



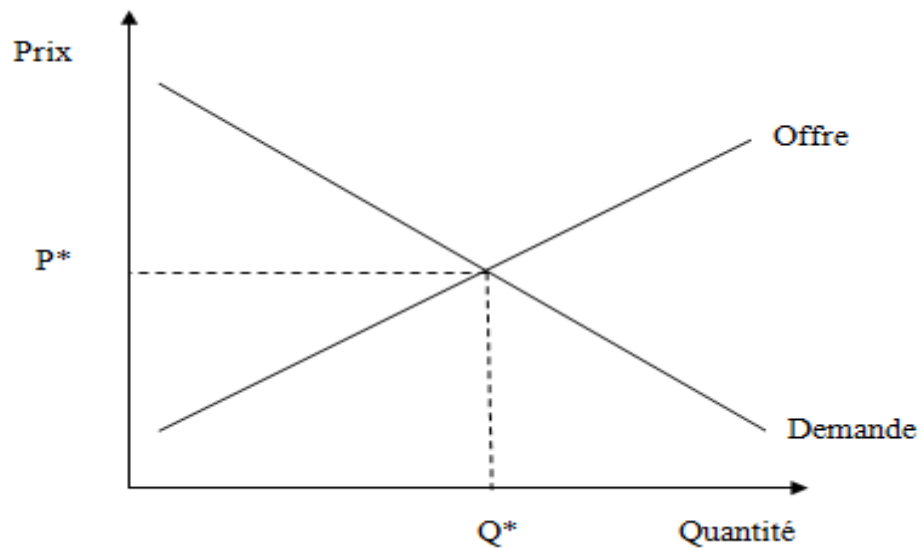
3.3 Le surplus du consommateur/du producteur

Exercice 9 :

Consulter les documents 2, 6 et 8 pp 32, 34-35 et faire toutes les questions.

- Doc 2 : Du surplus individuel au surplus total du consommateur.
- Doc 6 : Les gains à l'échange.
- Doc 8 : Du surplus total à sa maximisation en situation d'équilibre.

Question C du document 8 à réaliser sur le graphique ci-dessous.



PARTIE 2/ TD N°1

TD N°1 - Comment le producteur maximise-t-il son profit ?

/ Éléments de connaissances.



Les coûts de l'entreprise

- **Coût total = coûts fixes + coûts variables.**

Les coûts fixes sont les coûts qui ne varient pas quel que soit la quantité produite. Ils sont indépendants du volume de production.

Les coûts variables varient en fonction de la quantité produite.

Plus on produit plus les coûts variables augmentent, moins produit moins les coûts variables augmentent.

- **Coût moyen = coût total / quantités produites**

- **Coût marginal = coût de la dernière unité produite**

- **Coût du produit N - coût produit N-1.**

Exemple : un boulanger produit 400 baguettes de pain, le coût marginal de la 400ème baguette se calcule en enlevant le coût total pour 400 baguettes moins le coût total pour 399 baguettes.

- **Recette totale = quantité vendue X le prix de vente.**

- **Recette moyenne = Recette totale / par quantité vendue.**

- **Recette marginale = Recette due à la dernière unité vendue**

- **Profit total = Recette totale - Coût total**

- **Profit marginal = recette marginale - coût marginal**

Une entreprise réaliser un profit seulement si le prix de vente est supérieur au coût moyen le profit maximum est quand le profit marginal est nul le volume produit doit être tel que la recette marginale égale le coût marginal.

Lire les documents 1 et 2 p36 et faire les questions 1,2,3,4,5 et 6.

Doc 1 - Comprendre les difficultés économiques des producteurs laitiers

Questions :

1. Lire.

Que signifie le chiffre 344 pour l'année 2017 ?

Le chiffre 344 signifie qu'en 2017, les recettes des ventes de lait étaient de 344 euros pour 1 000 litres, d'après l'observatoire des prix et des marges.

2. Déduire.

En quelle année les producteurs auraient-ils subi des pertes s'ils n'avaient pas perçu de subventions ? En 2017.

3. Analyser.

Sachant que les producteurs de lait ne décident pas du prix de vente, comment peuvent-ils améliorer leurs profits ?

Les producteurs peuvent améliorer leurs profits en diminuant leurs coûts de production.

Doc 2 - Les coûts de production et leur évolution**Questions :****4. Définir.**

Quelle est la différence entre le coût moyen et le coût marginal ?

Le coût moyen représente les dépenses moyennes nécessaires à la production d'une unité, tandis que le coût marginal représente les dépenses nécessaires à la production d'une unité supplémentaire.

5. Expliquer.

Expliquez l'évolution de la courbe du coût moyen par le rôle joué par les coûts fixes.

Le coût moyen est d'abord décroissant car plus on augmente les quantités produites, plus les coûts fixes sont divisés entre un grand nombre d'unités et sont donc de moins en moins importants par unité produite.

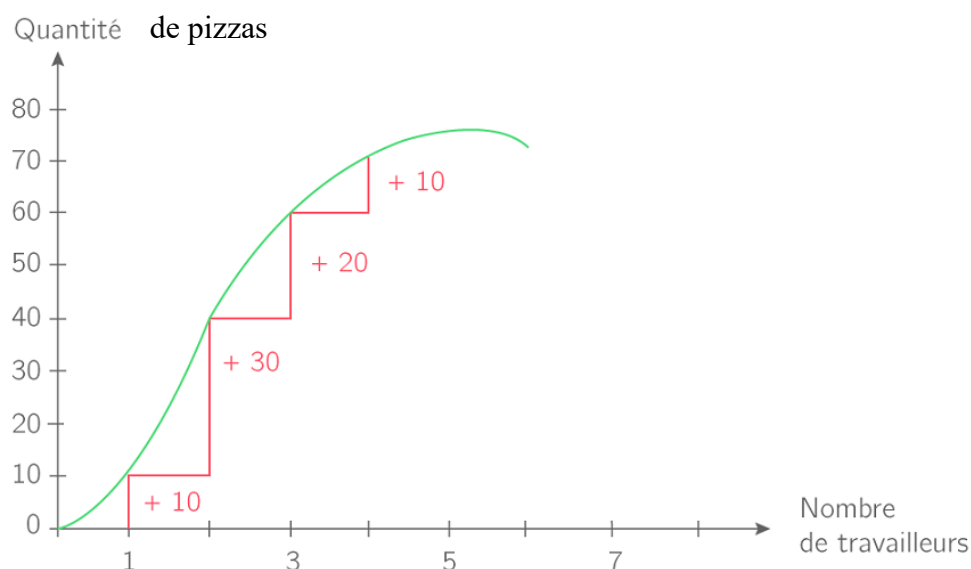
Par exemple pour un coût total de 1000€ si on produit 100 unités d'un bien, le coût moyen sera de 10€ par produit si on produit 500 unités de ce même bien le coût moyen sera de 2€.

A un certain niveau de production, les coûts variables unitaires deviennent supérieurs aux coûts fixes (qui n'ont cessé de diminuer... par unité) et ainsi le coût moyen devient croissant.

6. Analyser.

Pourquoi le coût marginal augmente-t-il lorsque les quantités produites augmentent ?

C'est la loi des rendements décroissants qui explique la hausse du coût marginal lorsque les quantités produites augmentent.

La loi des rendements décroissants

A partir d'un certain niveau de production, la productivité marginale d'un facteur de production est décroissante si la quantité de l'autre facteur étant constante.

L'exemple des pizzas.

Pour produire des pizzas un restaurant possède 2 fours (facteur qui demeure constant) il embauche des salariés (facteur qui évolue) pour produire ; à quelle quantité de salariés devra-t-il s'arrêter.

A quantité de capital donnée, 2 fours à pizza par exemple un seul travailleur sera peu efficace car incapable de faire le nécessaire pour que le capital soit utilisé convenablement, un deuxième sera un peu plus efficace, le troisième aussi ainsi de suite jusqu'à ce que la combinaison productive

(l'association entre le facteur travail, les salariés, et le facteur capital, les machines) soit la plus efficiente possible 4 salariés ici par exemple.

L'efficacité de chaque travailleur supplémentaire embauché permet d'optimiser la production. Même si l'efficacité du dernier embauché (productivité marginale) est inférieure à celle du précédent elle permet d'accroître la production.

A partir du sixième la combinaison productive commence à se déséquilibrer et on entre dans la phase des rendements négatifs l'embauche d'un nouvel employé devient contreproductive puisqu'il gêne le processus productif et la production de pizzas diminue...

Ici les rendements sont croissants jusqu'à 2 salariés ensuite les rendements sont décroissants jusqu'à 6 salariés et ensuite ils deviennent négatifs.

3/ Exercices d'application du TD



Lire le document 3 p 37 et répondre aux questions 8, 9, 10 et 11.

PARTIE 3/ Évaluation n°1

Note	Appréciation générale, remarques et conseils
/20	

Partie 1/ 8 points

Une entreprise de tomates veut établir un tableau des coûts et des recettes afin de maximiser son profit. Le prix de vente du boisseau de tomates est de 18€.

Questions :

1/ Compléter le tableau suivant et montrer pour chaque colonne la formule utilisée pour obtenir les résultats :

Quantité	CT	CM	Cm	RT	RM	Rm	PT	PM	Pm
0	14								
1	30								
2	36								
3	44								
4	56								
5	72								
6	92								
7	116								

2/ Représenter graphiquement les courbes du coût moyen et du coût marginal.

3/ Quel niveau de production cette entreprise doit-elle choisir pour maximiser son profit.

Partie 2/ 6 points

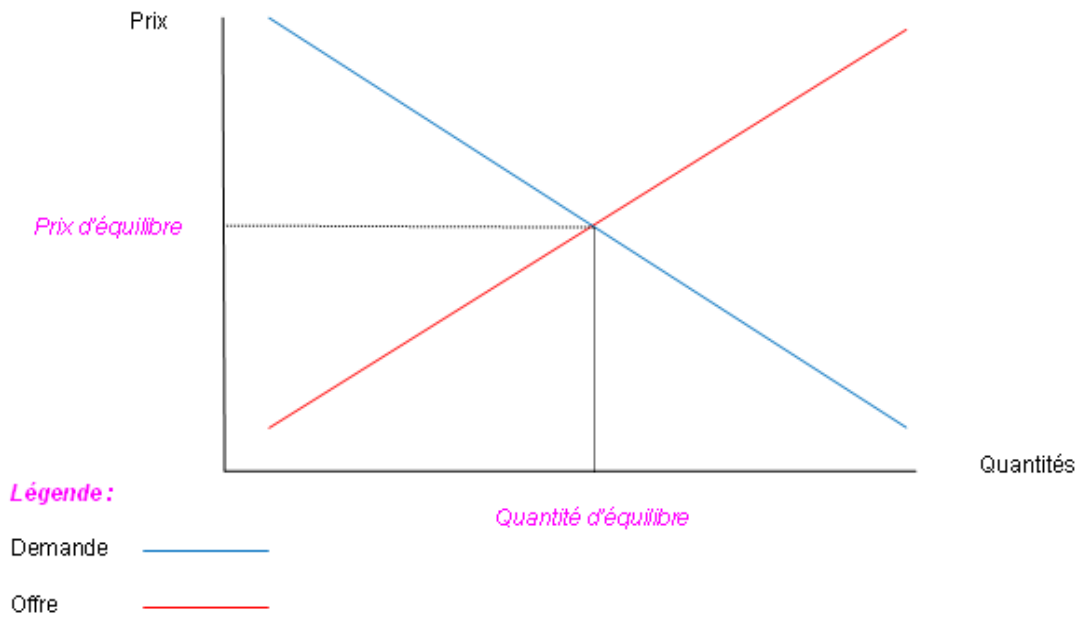
Cochez la bonne réponse et justifiez ensuite votre choix en rédigeant une explication (4 lignes max)

Affirmations	Vrai	Faux
1. Sur un marché concurrentiel, les producteurs exercent un pouvoir de marché.		
2. Le prix d'équilibre est le prix le plus bas possible		
3. La demande est une relation croissante entre prix et quantité		
4. Une situation de rareté se caractérise par une offre excédentaire et une demande insuffisante		
5. La somme des surplus est maximisée lorsque le marché est à l'équilibre.		
6. La loi des rendements décroissants montre que lorsque la productivité du dernier salarié recruté est inférieure au précédent la production diminue.		

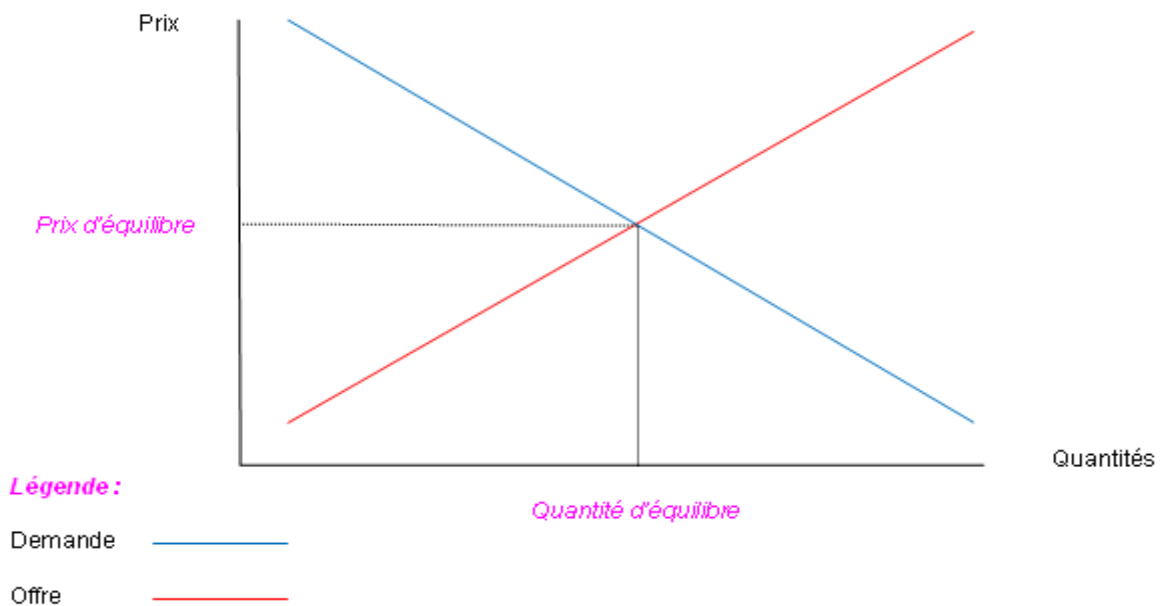
Partie 3/ 2 points

Illustrez graphiquement les situations suivantes :

1- Une hausse du prix du café sur la demande de thé.



2- L'imposition d'une taxe sur les cigarettes sachant que les consommateurs sont peu sensibles à la variation du prix.



Partie 4/ 4 points

Comment expliquer l'explosion des prix de l'immobilier ?

Donner l'ensemble des explications possibles, selon vous, qui permettent d'expliquer la forte hausse des prix du logement

Explications liées à la demande	Explications liées à l'offre

PARTIE 4/ CORRIGES DES EXERCICES

/ EXERCICES APPLICATION COURS

Partie A/ Qu'est-ce qu'un marché ?

Exercice 1 :

Le modèle de la concurrence pure et parfaite.

Caractéristiques CPP	Explications
Atomicité	Les offreurs et les demandeurs sont très nombreux et de petite taille, de sorte qu'aucun ne peut influencer ou imposer le prix de marché
Fluidité	Le nombre d'offeurs et de demandeurs n'est pas figé, de sorte qu'il ne peut y avoir ni entente ni position dominante. Il n'y a pas de barrières à l'entrée sur le marché
Homogénéité des produits	Les produits échangés sont strictement identiques, de sorte que le seul argument de différenciation d'un offreur est le prix
Transparence	Tout le monde dispose de la même information sur les prix, le nombre d'offeurs et de demandeurs, etc., de sorte que la comparaison des produits proposés ne se fasse que par les prix. –
Mobilité parfaite des facteurs de production	La production de tel ou tel produit ne peut être limitée par manque de facteurs de production, de sorte que l'offre puisse toujours répondre à une variation de la demande.

Exercice 2 :

La diversité des structures de marché

Offre / Demande	Un seul vendeur	Quelques vendeurs	Un très grand nombre de vendeurs
Un seul acheteur	Monopole bilatéral. Ex: Framatome et ERDF	Monopsone contrarié. Ex: l'armement pour l'armée	Monopsone. Ex: la distribution de tabac en France (Altadis)
Quelques acheteurs	Monopole contrarié. Ex: le Concorde	Oligopole bilatéral. Ex: la haute couture	Oligopsone. Ex: le secteur de l'agriculture
Un très grand nombre d'acheteurs	Monopole. Ex: la SNCF voyageurs	Oligopole. Ex: le marché de l'automobile à l'échelle nationale	CPP. Ex: les marchés boursiers.

A. Beitone, E. Buisson, C. Dollo, E. Le Masson, *Economie*, coll. Aide-mémoire, Sirey, 2001

Exercice 3 :

Les pouvoirs publics établissent les règles de marché.

Document 10 p 27.

Questions :

28. Rechercher. Recherchez à quoi correspond chaque vignette.

- Vignette du haut : un nuage de mots centré sur le mot ALUR qui fait référence à la loi ALUR (loi pour l'Accès au Logement et un Urbanisme Rénové).
- Vignette de gauche : le symbole correspondant à « copyright ». – Vignette de droite : l'étiquette visuelle de l'Autorité de la concurrence.

29. Rechercher. Quel est leur domaine d'application ?

- Vignette du haut : concerne les réglementations sur le secteur du logement. – Vignette de gauche :

fait référence au droit de propriété.

– Vignette de droite : désigne l'autorité publique française chargée du respect des règles de la concurrence par les entreprises.

30. Analyser. Comment leurs réglementations peuvent-elles rendre le marché plus efficace ?

Les réglementations sur le marché du logement permettent de stimuler l'offre, de limiter les abus en termes de prix et de proposer des produits de qualité.

Les réglementations des droits de propriété permettent d'inciter les agents économiques à la recherche et à l'innovation. Sans protection personne ne serait inciter à investir pour innover parce qu'il suffirait pour les concurrents d'attendre pour imiter le produit, copier la technologie sans rien déboursier.

Les réglementations de l'Autorité de la concurrence permettent d'éviter les ententes entre entreprises et les abus de position dominante.

Les ententes illégales se font au détriment du consommateur qui paie un prix plus élevé parce que les entreprises s'entendent pour se partager le marché et ne pas se faire concurrence.

L'abus de position dominante:(extrait du journal Le Parisien)

Ex: " L'Autorité de la concurrence enjoint Orange de «rétablir immédiatement une situation de concurrence saine sur ces marchés». Elle précise que l'opérateur - qui «a choisi de coopérer» - «ne conteste pas les pratiques ni leur caractère anticoncurrentiel, ni enfin l'issue donnée à l'affaire, qu'il s'agisse de la sanction pécuniaire ou des injonctions destinées à rétablir immédiatement un fonctionnement concurrentiel du marché».

Une plainte de Bouygues Télécom dès 2008

Sur le marché des mobiles professionnels, l'ex-entreprise publique France Télécoms est accusé « d'abus de position dominante ». Orange aurait mis en place des pratiques de fidélisation qui « ont pu empêcher les entreprises de faire jouer la concurrence et les dissuader de confier une partie de leur parc à un autre opérateur », détaille l'Autorité dans son communiqué."

Orange a bénéficié de son statut d'opérateur historique, son poids sur le marché pour empêcher les autres entreprises de venir la concurrence.

Partie B/ Formations de l'offre, de la demande et Détermination du prix d'équilibre sur un marché concurrentiel.

Exercice 4 :

La demande des consommateurs.

Compléter le texte à l'aide des termes suivants : Diminue/augmente.

La loi de la demande : la demande est fonction décroissante du prix.

Plus le prix d'un bien augmente, plus la quantité demandée du bien diminue.

Inversement plus le prix d'un bien diminue, plus la quantité demandée augmente.

Exercice 5 :

L'offre des producteurs.

Compléter le texte à l'aide des termes suivants : Diminue/augmente.

La loi de l'offre : l'offre est fonction croissante du prix.

Plus le prix d'un bien augmente, plus la quantité offerte du bien augmente.

Inversement plus le prix d'un bien diminue, plus la quantité offerte diminue.

Exercice 6 :

Pentes des courbes et sensibilité.

Document 3 b p 29 ; questions 11,12, et 13.

Questions :

11. Définir. Graphique b. Que signifie une sensibilité des quantités aux variations de prix ?

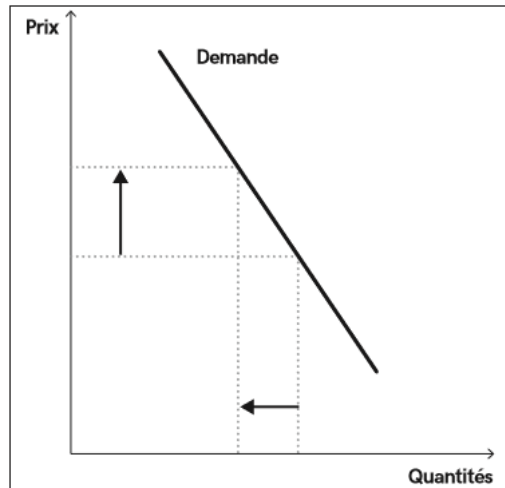
La sensibilité permet de mesurer l'importance de la variation de l'offre et de la demande lorsque le prix varie.

12. Lire. Lorsque le prix passe de P_1 à P^* , comment les quantités offertes varient-elles ?

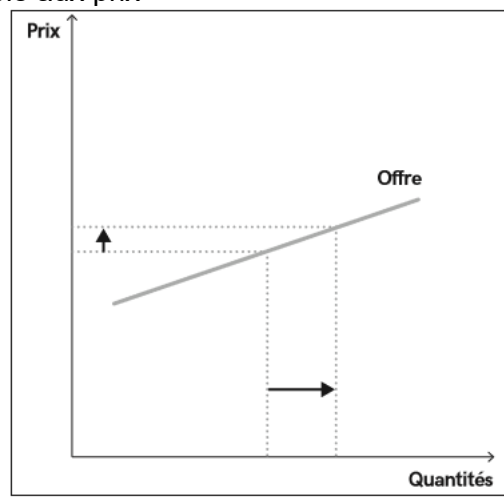
Peut-on dire que l'offre est peu sensible aux variations de prix ?

Lorsque le prix passe de P_1 à P^* , les quantités offertes augmentent mais de façon limitée. On peut effectivement dire que l'offre est relativement peu sensible aux variations de prix.

13. Représenter. Réalisez une courbe de demande peu sensible aux prix.



une courbe d'offre très sensible aux prix

**Exercice 7 :****L'impact d'une taxe forfaitaire**

Document 7 p 31

Questions :

25. Dédurre. Après l'instauration de la taxe, pourquoi les producteurs ne sont-ils plus disposés à offrir les mêmes quantités ?

Après l'instauration de la taxe, les producteurs ne sont plus disposés à offrir les mêmes quantités car une partie de leur recette sera reversée à l'État en paiement de cette taxe. La recette dont ils vont disposer effectivement va diminuer.

26. Justifier. Justifiez graphiquement la surface des recettes fiscales.

Graphiquement, les recettes fiscales sont comprises entre le prix de vente payé par le consommateur et le prix effectivement perçu par le producteur, pour le montant des quantités échangées.

27. Calculer. Par quel calcul peut-on obtenir le montant des recettes fiscales de l'État après l'instauration de la taxe ?

La formule de calcul est la suivante : quantités échangées $\times$ (somme payée par les consommateurs pour acquérir le produit – somme perçue par les producteurs à l'issue de la vente)

28. Synthétiser. Complétez le texte suivant avec les termes : taxe ; recette ; réduire ; d'équilibre ; augmentation ; diminution ; fiscales.

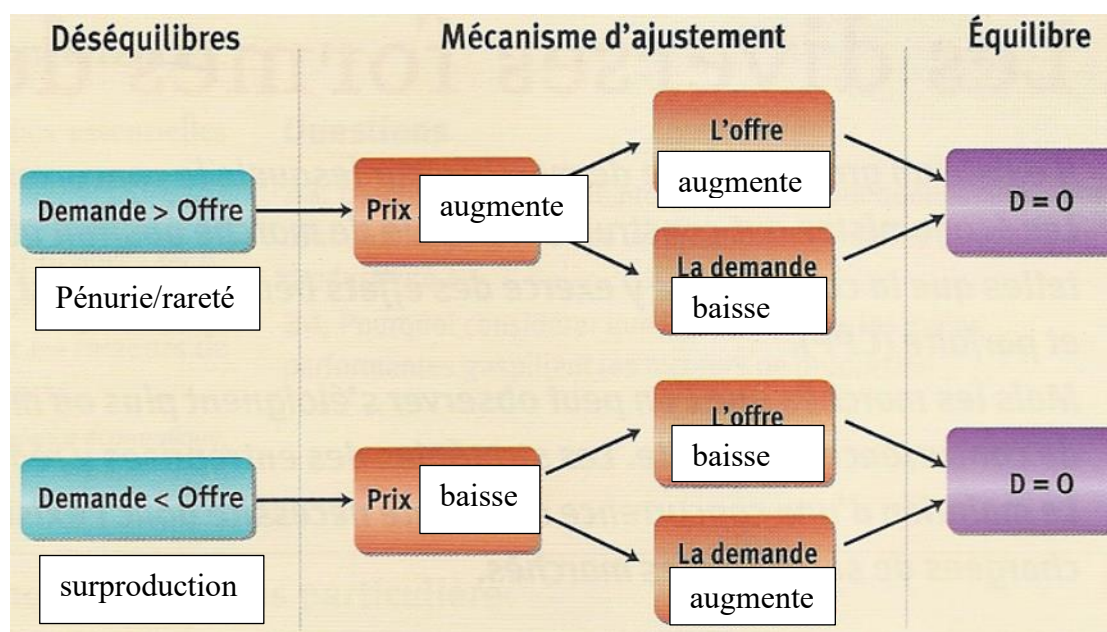
Pour augmenter leurs recettes fiscales, les pouvoirs publics peuvent décider d'imposer une taxe sur les produits vendus par les producteurs. Ce qui signifie que pour chaque produit vendu, les producteurs verseront une partie de la recette aux pouvoirs publics.

Ils risquent alors de décider de réduire leur offre. Une offre moindre va entraîner une augmentation du prix, qui va décourager certains demandeurs qui se retireront du marché. Il s'ensuit une hausse du prix d'équilibre et une diminution des quantités échangées.

Exercice 8 :

Les variations de l'équilibre concurrentiel.

a/ Compléter le schéma avec les mots suivants : augmente/diminue



b/ Cas 1 : les conséquences de la canicule sur le marché des glaces.

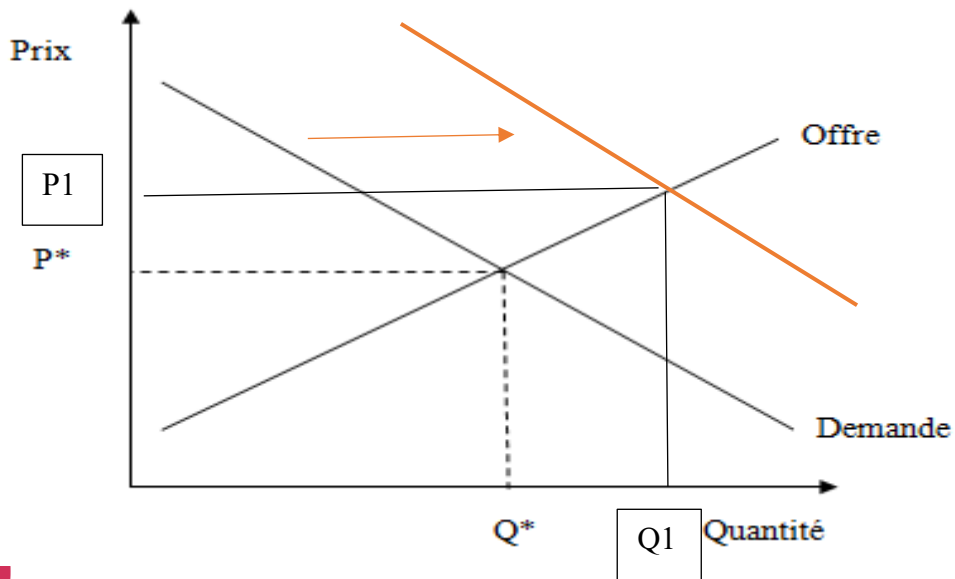
Imaginons un été caniculaire. Comment cette chaleur anormale touchera-t-elle le marché des cornets de glace ?

Source : G.Mankiw « Principes de l'économie », Economica, 1998.

1) Quel est l'impact de cette canicule sur les préférences des consommateurs ?

Les consommateurs vont être plus incités à consommer des glaces au détriment d'autres produits afin de maximiser leur satisfaction.

2) Représentez graphiquement ce déplacement ;



3) Quelles sont les conséquences de cette canicule sur le marché des glaces ?

Les conséquences sont les suivantes : Pour chaque quantité de glaces demandée le prix des glaces augmente par rapport à la situation précédente.

c/ Cas 2 : les conséquences d'un tremblement de terre sur le marché des glaces

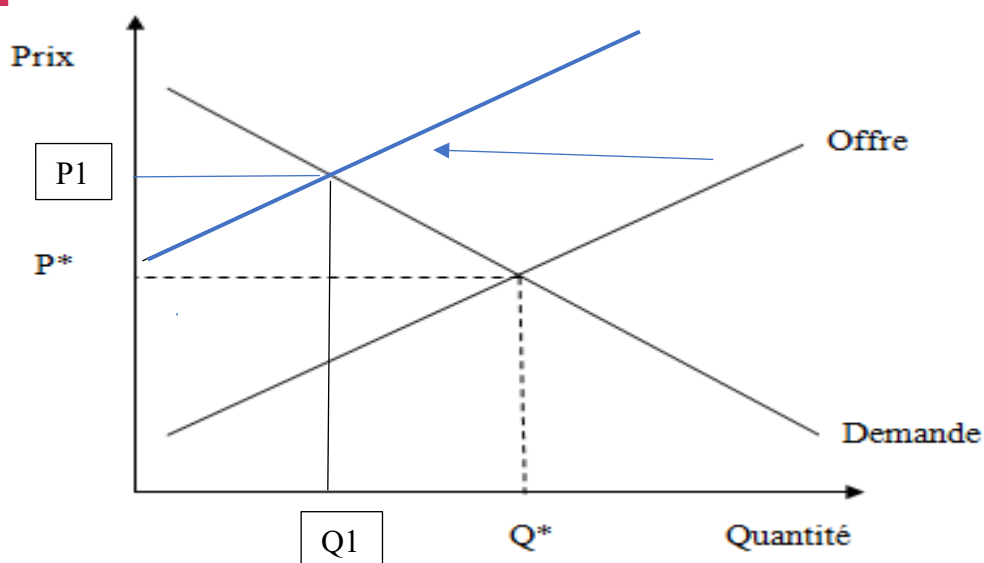
Imaginons qu'un tremblement de terre détruit plusieurs fabriques de glaces. Comment ce tremblement de terre touchera-t-il le marché des cornets de glace ?

Source : G.Mankiw « Principes de l'économie », Economica, 1998.

1) Quel est l'impact de ce tremblement de terre sur la production de glaces ?

L'impact de ce tremblement de terre est de rationner la production de glaces. Pour un même nombre de consommateurs il y a donc moins de glaces disponibles. C'est une situation de pénurie, de rareté.

2) Représentez graphiquement le déplacement de la droite d'offre.



3) Quelles sont les conséquences de ce déplacement sur le marché des glaces ?

Les conséquences sont les suivantes :

- Hausse du prix des glaces puisqu'il y a moins de production. Situation de rareté.

Nouveau prix d'équilibre P_1 et nouvelle Quantité d'équilibre Q_1 .

- Baisse du surplus du consommateur et du surplus total.

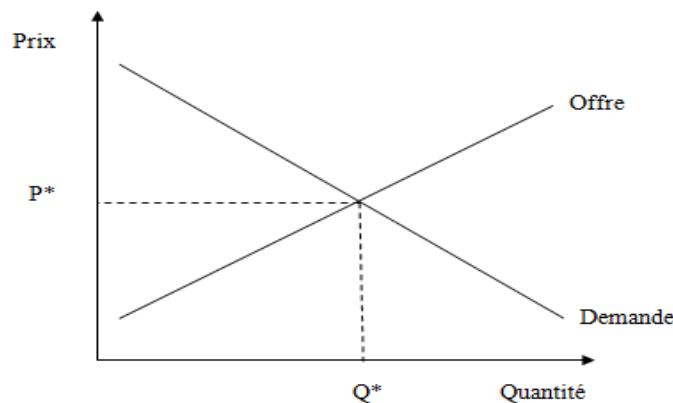
3.3 Le surplus du consommateur/du producteur

Exercice 9 :

Consulter les documents 2, 6 et 8 pp 32, 34-35 et faire toutes les questions relatives à ces documents :

- Doc 2 : Du surplus individuel au surplus total du consommateur.
- Doc 6 : Les gains à l'échange.
- Doc 8 : Du surplus total à sa maximisation en situation d'équilibre.

Question C du document 8 à réaliser sur le graphique ci-dessous.



▪ Doc 2 Du surplus individuel au surplus total du consommateur

Questions :

4. Décrire. Quels sont les acheteurs potentiels qui réalisent un gain ?

Les acheteurs potentiels qui réalisent un gain sont Sophie, Paul et Claudia.

5. Analyser. Que représente le surplus total du consommateur ?

Le surplus total du consommateur représente le gain total réalisé par l'ensemble des consommateurs.

6. Déduire. Par quel calcul obtient-on le surplus total du consommateur ?

On obtient le surplus total du consommateur en faisant la somme des gains individuels, c'est-à-dire la somme des surplus individuels.

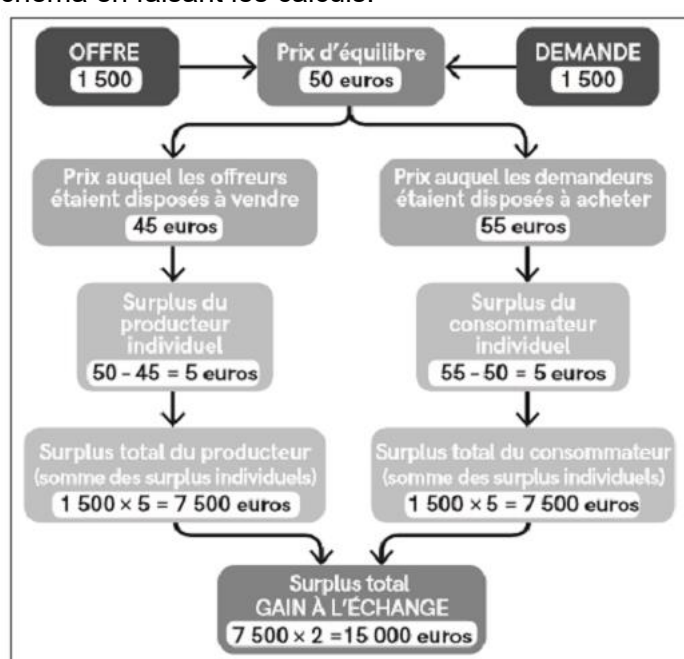
7. Déduire. Comment s'obtient alors le surplus total du producteur ?

Le surplus total du producteur s'obtient en faisant la somme des surplus individuels des producteurs.

▪ **Doc 6 Les gains à l'échange en situation de concurrence pure et parfaite**

Questions :

a. Complétez ce schéma en faisant les calculs.



b. Rédigez une synthèse qui permette de montrer que les producteurs et les consommateurs réalisent des gains à l'échange sur le marché des jeux vidéo.

On peut dire que sur le marché des jeux vidéo les producteurs et les consommateurs réalisent des gains à l'échange car les chiffres montrent qu'il y a pour tous des surplus. Les producteurs parviennent à vendre leurs jeux à un prix plus élevé que le prix auquel ils étaient disposés à les vendre, tandis que les consommateurs parviennent à acheter leurs jeux à un prix inférieur à celui auquel ils étaient disposés à l'acheter. Chaque consommateur et producteur dégage un surplus de 5 euros par jeu échangé, soit 7 500 euros pour tous les consommateurs et 7 500 euros pour tous les producteurs.

Le total des gains à l'échange est donc de $7\,500 + 7\,500$, soit 15 000 euros.

▪ **Document 8 - Du surplus total à sa maximisation en situation d'équilibre.**

Questions :

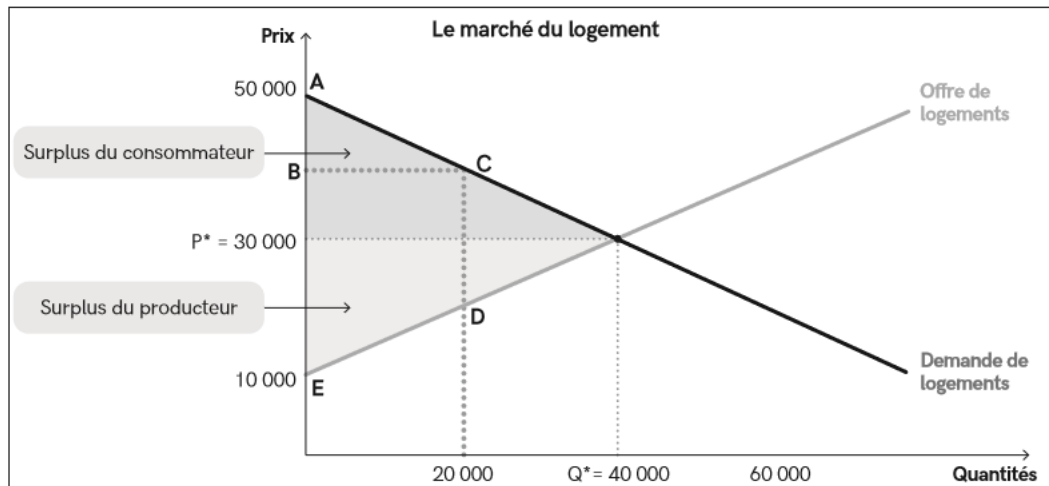
a. Quelle surface représente le surplus total ?

Le surplus total est représenté par le triangle composé du surplus du consommateur et du surplus du producteur.

b. Si le prix de vente passe à 40 000 euros, quelles seront les quantités échangées ?

Si le prix de vente passe à 40 000 euros, les quantités échangées seront de 20 000 logements.

c. Schéma



-Nouveau surplus du consommateur : surface ABC.

-Nouveau surplus du producteur : surface BCDE.

d. Complétez le texte ci-dessous avec les mots : somme, équilibre, marché, supérieur, perte, consommateur, producteur, maximisée.

En situation d'équilibre, les surplus du consommateur et du producteur sont tels que la somme des surplus est maximisée. Si le prix de marché est supérieur au prix d'équilibre, le surplus du producteur sera supérieur à celui du consommateur, sans pour autant compenser la perte de ce dernier. À l'inverse, si le prix de marché est inférieur au prix d'équilibre, c'est le surplus du consommateur qui augmentera, sans pour autant compenser la perte pour le producteur. Ainsi, lorsque le prix de marché s'éloigne du prix d'équilibre, la somme des surplus n'est plus maximisée.

B/ Exercices d'application du TD

Lire le document 3 p 37 et répondre aux questions 8, 9, 10 et 11.

Doc 3 - Le producteur détermine les quantités qui maximisent son profit

Questions

8. Expliquer. Pourquoi la recette marginale correspond-elle au prix de marché ?

La recette marginale correspond au prix de marché car en concurrence pure et parfaite, les entreprises sont de trop petite taille pour influencer le prix de vente. Elles sont preneuses de prix. Elles doivent donc accepter le prix de marché, c'est-à-dire le prix auquel elles vont vendre leur dernière unité produite. Ce prix deviendra donc la recette marginale.

9. Lire. À quelle situation correspondent respectivement les points A et B pour le producteur sur le graphique ?

Le point A correspond à une situation où le coût de la dernière unité produite est inférieur au prix de marché. À l'inverse, le point B correspond à une situation où le coût marginal est supérieur au prix de marché, donc à la recette marginale.

10. Justifier. À quel niveau de production le producteur doit-il arrêter de produire ?

Le producteur doit s'arrêter de produire au moment où le coût marginal devient égal au prix de marché. Il n'y a ni perte ni gain.

11. Synthétiser. Complétez le tableau par les termes suivants :

profits, pertes, résultat nul, hausse de la production, baisse de la production, stabilisation de la production.

Producteur	Prix de marché > Cm	Prix de marché = Cm	Prix de marché < Cm
Résultats	Profits	Résultat nul	Pertes
Décision	Hausse de la production	Stabilisation de la production	Baisse de la production