

GUICHET CONCURRENCE

Activités de suivi

Table des matières

Fiches-ressource

Fiche-ressource 1 : Votre expérience au guichet « Concurrence » 2

Fiche-ressource 2 : Petit retour dans le temps 3

Fiche-ressource 3 : Le prix, un instrument de mesure 4

Fiche-ressource 4 : Le marché 5

Fiche-ressource 5 : La demande 7

a. Prix 7

b. Autres facteurs 8

Fiche-ressource 6 : L'offre 9

Fiche-ressource 7 : La formation des prix 10

Fiches-réponse

Fiche-réponse 1 : Qu'est-ce que le prix ? 14

Fiche-réponse 2 : Retour dans le temps 16

Fiche-réponse 3 : Le prix, un instrument de mesure 17

Fiche-réponse 4 : Le marché 17

Fiche-réponse 5 : Le juste prix ? 19

Fiche-réponse 6 : La demande 21

Fiche-réponse 7 : L'offre 22

Fiches-ressource

Fiche-ressource 1 : Votre expérience au guichet « Concurrence »

À ce guichet, vous avez découvert de quelle manière le prix est influencé par l'offre et la demande. Pour atteindre les objectifs indiqués sur votre carte, vous avez dû presser des boutons et faire baisser ou monter le prix des produits. À chacun de ces boutons correspondait un événement modifiant la demande ou l'offre pour un produit. Cette modification de l'offre ou de la demande modifiait aussi le prix du produit.

Nous allons nous intéresser de plus près à la manière dont un prix est déterminé.

Rendez-vous à la Fiche-réponse 1.



Fiche-ressource 2 : Petit retour dans le temps

Regardez la vidéo sur <https://drawmyeconomy.com/qui-cree-largent-et-comment/> (de 1'49 à 3'54).

Ou regardez la vidéo suivante de « C'est pas sorcier » : <https://youtu.be/1NxlcfpGu3c>

Rendez-vous à la Fiche-réponse 2.

Fiche-ressource 3 : Le prix, un instrument de mesure

Regardez la vidéo sur <https://youtu.be/MTApe6TxJxw>



Rendez-vous à la Fiche-réponse 3.

Fiche-ressource 4 : Le marché

Au cours d'une journée, nous utilisons tout un tas de choses. La plupart de ces objets, nous ne les avons pas fabriqués nous-mêmes, et nous avons donc dû les acheter.

Ces choses que nous achetons sont appelées des **produits**. Ces produits sont fabriqués par des producteur·rices.

Parmi les produits que nous utilisons, certains sont concrets ; on les appelle des **biens**.

Exemples : du chocolat, de l'eau, un vélo, une fourchette...

Les produits qui ne sont pas concrets sont appelés des **services**.

Exemples : téléphoner avec un GSM, utiliser un abonnement Netflix, avoir une assurance,

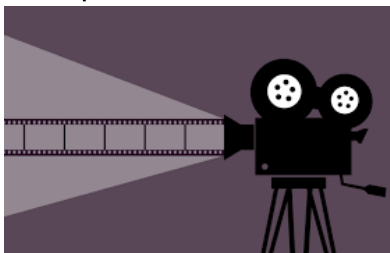
se déplacer dans des transports en commun...

En économie, les acheteur·euses d'un produit sont appelés les **demandeur·euses** et les vendeur·euses de produits sont appelés les **offreur·euses**. L'ensemble des offreur·euses et des demandeur·euses d'un produit est appelé par les économistes « **le marché** ».



Pour les économistes, le marché peut donc être l'endroit où sont rassemblés toutes sortes d'échoppes, mais c'est généralement le lieu de réunion imaginaire de l'offre et de la demande.

Exemple : le marché du cinéma



La demande de films vient des spectateur·rices ; ce sont les personnes qui ont envie de

voir un film.

Les offreurs (vendeurs), ce sont les cinémas, les magasins vendant des DVD/Blu-Ray, les chaînes de télévision, les plateformes de vente en ligne de films et les plateformes de location en ligne de films par abonnement. Le marché du cinéma « se trouve » donc aussi bien dans les cinémas que dans les logements des personnes qui possèdent une TV, un ordinateur ou une tablette mais aussi partout où on a une connexion internet sur son smartphone.

Les économistes ont conçu un modèle permettant de déterminer le prix d'un produit. Il s'agit d'un modèle théorique, qui part du principe d'un **marché concurrentiel**.

Selon les économistes, un marché est concurrentiel si :

- 1) il réunit de nombreux offreur-euses et demandeur-euses ;
- 2) il est homogène, c'est-à-dire que le produit reste toujours identique, même quand il provient d'un autre producteur-riche ;
- 3) c'est un marché ouvert, c'est-à-dire que tout le monde peut acheter ou vendre.

En réalité, il n'y a pas beaucoup de produits dont le marché offre une concurrence « pure » (= véritable). Pourquoi ?

- Sur beaucoup de marchés, il n'y a qu'un nombre limité de vendeur-euses, comme dans le cas des opérateur-rices de télévision, par exemple, où on ne compte que quelques petits fournisseur-euses en dehors de Telenet et Proximus.

- Sur beaucoup de marchés, les produits ne sont pas homogènes. Une paire de Nike, par exemple, n'est pas identique à une paire de chaussures de sport d'une autre marque connue ou inconnue.

Bien qu'il existe peu de marchés concurrentiels purs, la théorie de la formation du prix donne néanmoins une bonne idée de la façon dont un prix se forme.

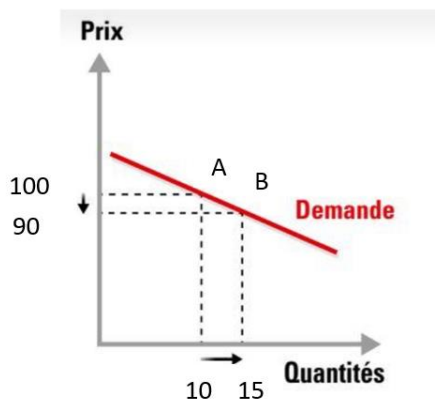
Rendez-vous à la Fiche-réponse 4 .

Fiche-ressource 5 : La demande

a. Prix

À moins d'être Bill Gates ou Elon Musk, vous ne pouvez pas acheter tout ce que vous voulez. Vous avez un budget limité, et vous devez donc faire des choix. Cela signifie que, si vous achetez un produit, il y a d'autres choses que vous ne pourrez pas acheter.

Résultat : il y a une demande plus grande d'un produit lorsqu'il est moins cher, parce qu'on peut en acheter plus. Plus un produit est cher, moins vous l'achèterez en grande quantité. Pas seulement vous : les autres consommateurs et consommatrices aussi achèteront ce produit en plus petite quantité à cause de son prix élevé.



Source : <https://manuelnumeriquemax.belin.education/ses-premiere/topics/ses1-ch01->

© Belin Éducation/Humensis, 2019 Sciences économiques et sociales 1re

[029-a](#) /

© COREDOC

C'est ce qu'illustre ce diagramme.

L'axe des ordonnées représente le prix. Plus c'est haut, plus c'est cher. L'axe des abscisses représente la quantité. Plus on va vers la droite, plus la demande est élevée.

Au point « A » sur le diagramme, on voit qu'à un prix de 100 euros correspond une demande de 10 pièces seulement.

Au point « B », on voit que le prix n'est plus que de 90 euros et que la demande est passée à 15 pièces.

La théorie voulant que la demande augmente lorsque le prix diminue s'applique à la plupart des produits. Mais il y a quelques exceptions, comme :

- Les produits de première nécessité : pour ces produits, le prix n'a pas ou n'a que peu d'influence sur la demande. Les personnes ne vont pas consommer moins d'eau, ou pas

beaucoup moins, si le prix augmente, et inversement, ils ne vont pas consommer plus d'eau parce que son prix baisse.

- Les produits de luxe : parfois, les personnes achètent des produits pour l'image qui s'y rattache. Pour ces produits, il arrive qu'on en produise moins lorsqu'ils deviennent trop bon marché.
Par exemple : un iPhone, indépendamment du fait qu'il soit meilleur ou non que d'autres sur le plan technique, est aussi lié à un certain prestige, et donc on pourrait imaginer que, si le prix était plus bas, la demande n'augmenterait pas ou très peu.

b. Autres facteurs

Outre le prix, il y a d'autres facteurs qui influencent la demande d'un produit. En voici quelques exemples.

- La température : la demande de boissons fraîches ou de pulls chauds sera différente selon qu'il fait 30 degrés ou 10 degrés.
- Tendances/mode/... : à certaines époques, les bottes en cuir, les bottines, les talons hauts, etc. sont à la mode ou au contraire sortis de mode, ce qui va influencer la demande pour ces biens.
- La saison : la demande de locations de vacances ou de sapins de Noël ne sera pas la même un 15 juillet et un 15 décembre.

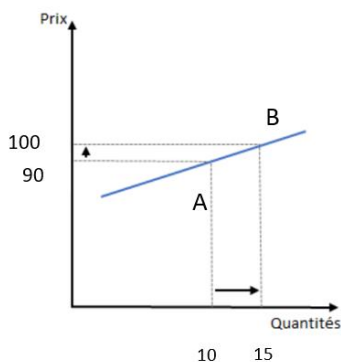
Rendez-vous à la Fiche-réponse 5.

Fiche-ressource 6 : L'offre

Les producteur·rices assurent donc l'offre de produits. La plupart le font dans le but de faire des bénéfices. Plus le prix d'un produit est élevé, plus la vente de ce produit rapporte des bénéfices. Par conséquent, plus le prix sera élevé, plus le/la producteur·rice sera disposé·e à faire des efforts pour fabriquer une plus grande quantité de ces produits. Ces efforts peuvent consister à embaucher plus de personnel ou à acheter de nouvelles machines pour fabriquer le produit.

Donc, plus un produit est cher, plus l'offre augmente.

C'est ce qu'illustre le diagramme.



Source : <http://www.iqtisadouna.com/la-coordination-par-le-marche-offre-demande-et-equilibre/>

Le point « A » montre que pour le prix de 90 euros, le producteur n'est disposé à proposer que 10 pièces. Le point « B » montre que pour le prix de 100 euros, l'offre totale sera de 15 pièces.

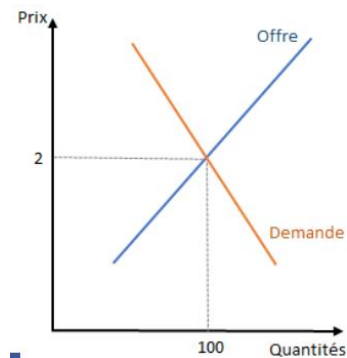
Ici aussi, il y a des exceptions :

- Dans le cas de l'État et des organisations sans but lucratif (organisations qui ne cherchent pas à réaliser un bénéfice), les bénéfices ne jouent aucun rôle ou un rôle très secondaire, et l'offre est déterminée par d'autres facteurs. Exemples : l'enseignement dans une école secondaire est gratuit parce que l'État tient à ce que tout le monde puisse aller à l'école ; les scouts n'offriraient pas plus de places dans leurs groupes s'ils recevaient plus d'argent.
- Pour certains producteurs, il est difficile de modifier les quantités offertes. Exemple : un·e agriculteur·rice qui a planté des pommes de terre ne peut pas tout à coup en proposer plus ou moins.

Rendez-vous à la Fiche-réponse 6.

Fiche-ressource 7 : La formation des prix

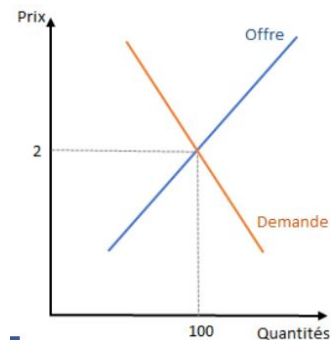
Le prix sur le marché se forme en ajustant l'offre et la demande l'une à l'autre.



Comme on le voit sur le diagramme, un équilibre se crée au point d'intersection de la courbe de demande et de la courbe d'offre.

C'est-à-dire que les demandeur-euses et les offreur-euses veulent payer/obtenir le même prix de 2 euros et qu'ils veulent acheter/vendre le même nombre de pièces (100).

L'offre et la demande ne restent pas constamment identiques, mais chaque fois qu'il y a un changement, un nouvel équilibre se crée automatiquement.

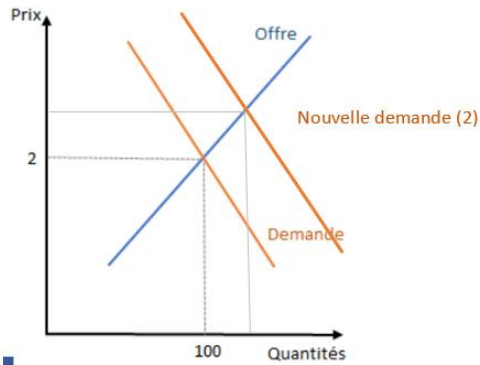


Prenons un exemple.

Disons que le diagramme ci-dessus représente le marché d'un paquet de bonbons.

Imaginons que les personnes reçoivent toutes une petite augmentation de salaire.

Comme elles disposent d'un budget plus important, elles sont peut-être disposées à payer un peu plus pour la même quantité. Il leur resterait encore suffisamment d'argent pour acheter d'autres produits.



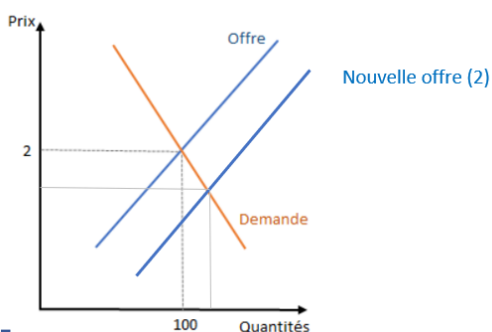
Sur le diagramme, la courbe de demande (2) montre la nouvelle situation, après l'augmentation de salaire. La demande s'est déplacée vers la droite. Dans notre exemple, l'ensemble des acheteurs étaient disposés au départ, pour 2 euros, à acheter 100 paquets de bonbons. Maintenant que les revenus sont plus élevés, on arrive – en suivant la ligne de pointillés – à la courbe de demande 2. Et on voit sur l'axe des abscisses que la quantité demandée a augmenté.

L'économie tend d'elle-même à un nouveau point d'équilibre, c'est-à-dire là où la nouvelle courbe de demande coupe la courbe d'offre. Un nouveau prix et une nouvelle quantité se créent là où se rencontrent les acheteur·euses et les vendeur·euses.

Dans ce nouvel équilibre du marché, le prix est un peu plus élevé que dans l'ancien équilibre, et la quantité achetée et vendue est également plus importante.

Dans cet exemple, c'est une augmentation de salaire qui a « poussé » la courbe de demande vers la droite. Un autre changement possible pourrait être le fait que de moins en moins de personnes mangent des bonbons. Dans ce cas, la demande pour ce plat diminuerait, et la courbe de demande se déplacerait vers la gauche.

Il pourrait aussi y avoir des modifications de l'offre. Imaginez qu'on invente une nouvelle machine capable de fabriquer plus de produits en une heure avec le même nombre de membres du personnel. Dans ce cas, les offreurs voudraient vendre plus de produits au même prix. C'est ce que montre le diagramme ci-dessous.



La courbe d'offre glisse vers la droite.

Inversement, la courbe d'offre glisserait vers la gauche si les coûts de production augmentaient (par exemple à cause de matières premières plus chères, de salaires plus élevés...). Dans ce cas, les producteurs voudraient obtenir un prix plus élevé pour la même quantité offerte.

Rendez-vous à la Fiche-réponse 7.

Fiches-réponse

Fiche-réponse 1 : Qu'est-ce que le prix ?

Combien seriez-vous disposé-es à payer pour les biens et services suivants?
Réfléchissez-y avec les autres membres de votre groupe.



Je veux bien payer euro(s).



Je veux bien payer

.....euro(s).



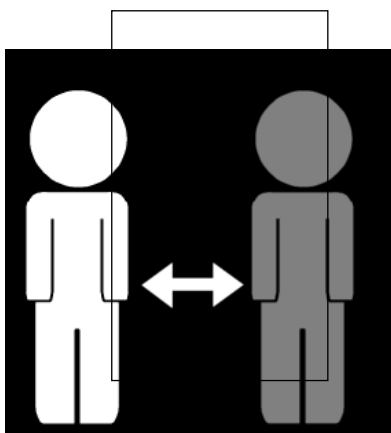
Je veux bien payer euro(s).

Je veux bien payereuro(s).



Je veux bien payer euro(s).

Je veux bien payereuro(s).



Je veux bien payer euro(s).



Je veux bien payereuro(s).

Fiche-réponse 2 : Retour dans le temps

Pourquoi avons-nous commencé à utiliser de l'argent ?

Fiche-réponse 3 : Le prix, un instrument de mesure et le marché

a. Qu'exprime le prix ?

b. Le marché

1) Complétez le texte en utilisant les mots « demande », « demandeur·euse », « offre », « offreur·euse », « service », « bien » et « producteur·rice ». Il se peut que vous deviez utiliser un mot plus d'une fois.

Vous voulez aller à Paris mais vous n'avez pas de voiture. Du point de vue économique, une _____ voiture _____ est _____ un(e).....


Vous regardez les prix de plusieurs

Vous allez notamment sur le site de  et de **FLIXBUS**

Vous décidez de prendre le bus.

Vous achetez donc un(e)..... Selon les économistes, vous êtes un(e)..... et Flixbus _____ est _____ un(e).....

Flixbus même ne possède pas de bus ; ce sont chaque fois des entreprises locales qui fournissent _____ un _____ bus _____ et _____ un-e _____ conducteur·rice.

L'entreprise _____ d'autocars _____, qui a son siège en Flandre occidentale, assure  par exemple des liaisons Amsterdam-Paris avec quelques _____ haltes _____ en _____ Belgique.

Demuyneck & Vansteelandt est donc le/la, puisque c'est cette entreprise qui « offre » le service : le transport de personnes.

2) Le marché des personnes qui veulent aller de Bruxelles à Paris ou vice versa est-il un marché concurrentiel ?

1) Y a-t-il de nombreux offreur·euses et demandeur·euses ?

b) Le produit est-il homogène ?

.

c) Le marché est-il ouvert ?

.

Fiche-réponse 4: Le juste prix ?

Comme vous avez pu le lire sur la fiche-ressource, la loi de l'offre et de la demande fait qu'il y a toujours un équilibre qui se crée. Cet équilibre détermine le prix.

Mais ce prix est-il pour autant le juste prix ?

Vous voulez aller à Barcelone en juillet ou en août, par avion ou en train, et vous regardez les prix. Chez Brussels Airlines (compagnie aérienne belge), vous trouvez des billets allant de 78 à 190 euros. Pour le train, vous trouvez des tarifs variant de 124 à plus de 300 euros.

Un ticket de train est en moyenne plus cher qu'un ticket d'avion. Trouvez-vous cela logique ?

.
.

Pourquoi ?

.
.
.

En 2019, on a fait grand bruit autour d'un médicament qui pouvait sauver la vie d'un bébé. Le producteur de ce médicament en demandait 1,9 million d'euros.

Est-ce selon vous un juste prix ?

.
.

Pourquoi ?

.
.
.

Reprenez la Fiche-réponse 1. Combien payeriez-vous pour vivre un an de plus ?

.

L'espérance de vie moyenne est de 82 ans en Belgique. Maintenant, calculez combien vous devriez déboursier pour 82 années :

votre montant : multiplié par 82 =

Seriez-vous prêt-es à payer plus ou moins que le prix du médicament ?

.

Est-ce selon vous un juste prix du point de vue moral ? Expliquez pourquoi.

.

.

Pouvons-nous laisser l'équilibre de l'offre et de la demande déterminer le prix de tous les produits ?

Quels avantages y a-t-il à laisser faire le marché ?

.

.

Quels désavantages y a-t-il à laisser faire le marché ?

.

.

Y a-t-il des produits pour lesquels vous ne laisseriez pas le marché décider ? Si oui, lesquels ?

.

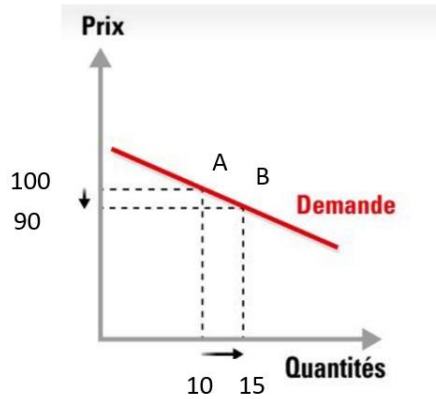
.

Dans ce cas, de quelle manière détermineriez-vous leur prix ?

.

.

Fiche-réponse 5 : La demande



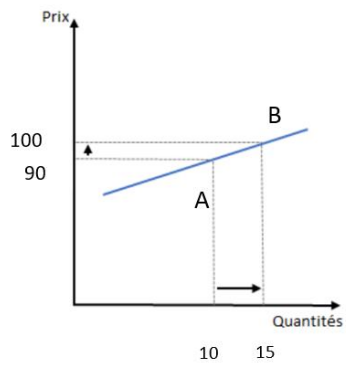
Pourquoi la courbe de demande est-elle descendante ?

.

La fiche-ressource 5 donne quelques exemples de facteurs qui influencent la demande. Trouvez un autre exemple que ceux déjà donnés.

.

Fiche-réponse 6 : L'offre



Pourquoi la courbe d'offre est-elle ascendante ?

.

Fiche-réponse 7 : La fixation des prix

Quel est le prix d'équilibre entre l'offre et la demande si :

- Au niveau des acheteur-euses :
 - Leila et Maxime sont prêts à payer 5 euros pour 3 paires de chaussettes et 15 euros pour 10 paires.
- Au niveau des vendeur-euses :
 - L'usine Belchose est prête à vendre 2 paires de chaussettes à 5 euros et 8 paires à 20 euros.

Dessine la courbe de l'offre et de la demande et voit où se situe ton prix d'équilibre entre l'offre et la demande.

1cm = 1 euro

1cm = 1 paire de chaussettes