

## Rappels de principaux outils de la microéconomie

### 1/ L'utilité marginale et logique du consommateur

#### ● Définitions : Utilité marginale

- L'*utilité marginale* est l'utilité que prend en compte le consommateur lorsqu'il fait un choix de consommation. En effet, ce n'est pas l'utilité moyenne qui importe, car le consommateur ne la connaît pas, mais le supplément de satisfaction lorsqu'il consomme une unité (ou fraction d'unité) supplémentaire d'un produit.

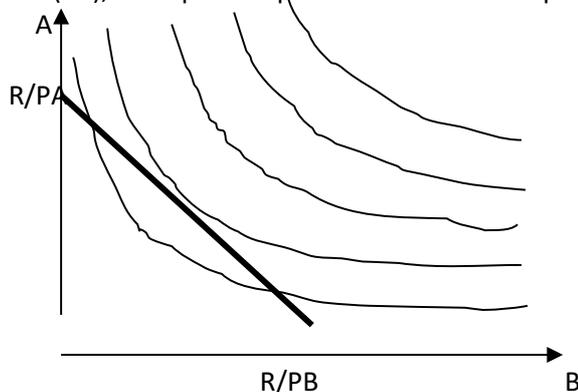
- La *loi de l'utilité marginale décroissante* (ou *loi de Gossen*) : Le plaisir retiré de la satisfaction d'un besoin est proportionnel au manque (au malaise) éprouvé lorsque le bien n'est pas consommé. L'intensité du besoin, et l'utilité de la consommation du bien supplémentaire, décroît donc avec la quantité consommée.

#### ● Logique du consommateur : un raisonnement de type coût-avantage est à la base du choix du consommateur.

On considère que ce dernier est rationnel (« *homo œconomicus* ») et qu'il va comparer ce que lui coûte la consommation et ce qu'elle lui apporte comme satisfaction supplémentaire. Ainsi, il va mettre en relations le prix du bien consommé et l'utilité marginale de cette consommation. Si l'utilité marginale est supérieure au prix il consommera, mais cette consommation va faire diminuer l'utilité marginale (loi de l'utilité marginale décroissante) jusqu'au point où l'utilité marginale sera égale au prix. A ce point le consommateur arrêtera de consommer.

- Le consommateur a toujours le choix de consommer un bien ou tout autre bien alternatif. Son raisonnement doit donc mettre en relations l'utilité marginale d'un bien ramenée au prix de ce bien à l'utilité marginale d'un autre bien qu'il sacrifie s'il fait le premier choix, ramené, lui aussi, à son prix. Si  $U_{mA} / P_A$  est  $>$  à  $U_{mB} / P_B$ , le consommateur aura intérêt à continuer à consommer le bien A, mais cette consommation fera diminuer l'utilité marginale de A ( $U_m$  décroissante) jusqu'à l'égalité  $U_{mA} / P_A = U_{mB} / P_B$ , point où le consommateur arrêtera de consommer le bien A.

- Pour dépasser le fait qu'il est impossible de mesurer l'utilité de façon absolue, la théorie marginaliste (néo-classique) va proposer que l'on ordonne les niveaux d'utilité : si un individu ne sait pas donner une valeur précise à l'utilité qu'il éprouve, il sait dire s'il préfère telle consommation à telle autre. Ainsi peuvent être construites des « *courbes d'indifférence* » ou « *d'iso-utilité* » : elles représentent des combinaisons de deux biens qui procurent au consommateur un même niveau d'utilité (la même satisfaction totale). Plus les courbes s'éloignent vers la droite plus l'utilité totale augmente. Ces courbes d'indifférence vont donc indiquer les préférences de l'individu. Il faudra ensuite faire correspondre ces préférences aux capacités de financement de l'individu qui dépendent de ses revenus et des prix relatifs. Cela passe par la construction d'une *droite de budget* : l'individu ne peut choisir n'importe quelle combinaison de A ( $Q_A$ ) et de B ( $Q_B$ ), il est contraint, d'une part, par son revenu, et d'autre part, par les prix de A ( $P_A$ ) et de B ( $P_B$ ), donc par son pouvoir d'achat. Sa dépense doit correspondre à son revenu,  $R : R = P_A \times Q_A + P_B \times Q_B$



- Lorsqu'un consommateur fait un choix entre la consommation d'un bien A et de tout autre bien (symbolisé par B), le point qui maximise son utilité sous contraintes (des prix et de son revenu) est la tangente entre la courbe d'indifférence et la droite de budget, point où la pente de la droite de budget et celle de la courbe d'indifférence sont confondues

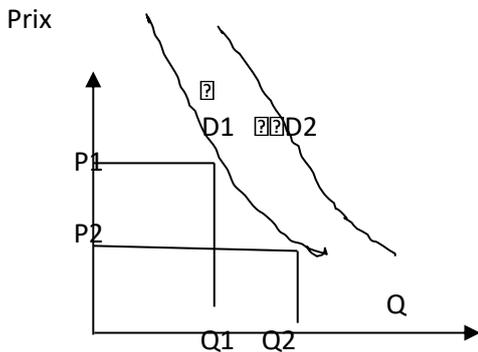
### 2/La courbe de demande et sa logique

#### a) La courbe de demande agrège les décisions de consommation des agents

- Tous les consommateurs, à un moment donné (qui correspond aux contraintes indiquées) vont maximiser leur choix et l'agrégation de ces choix va donner le niveau de consommation globale correspondant à tous les prix possibles. **Le résultat de cette agrégation forme la courbe de demande** (d'un bien sur un marché particulier, de tous les biens sur tous les marchés).
- Attention, il ne faut pas confondre une variation « sur » la courbe de demande (si le prix baisse, de  $P_1$  à  $P_2$ , plus de consommateurs seront intéressés, on passe de  $Q_1$  à  $Q_2$ , car on touchera des personnes ayant des utilités marginales plus basses) et variations « de » la courbe de demande sur la droite ou la gauche (de  $D_1$  à  $D_2$ ) qui

indiquent un changement des conditions de marché (soit une hausse de l'utilité du bien, soit des revenus de l'agent)

- La courbe de demande se déplace sur la droite ou sur la gauche en fonction, d'une part, du revenu réel (revenu en fonction du niveau des prix), d'autre part, du niveau d'utilité du bien
- En D2 : Pour le même prix le niveau de consommation est plus important qu'en D1 car, soit le revenu réel est plus important, soit le bien est devenu plus utile.



**b) « L'effet de substitution » et « l'effet revenu » :** A utilité marginale et revenu nominal constants, la variation du prix d'un bien va avoir un double effet :

- « L'effet substitution » : Une orientation vers la consommation de ce bien lorsque le prix baisse et la substitution de ce bien par un ou plusieurs autres biens, lorsque le prix augmente.
- « L'effet revenu » : La variation du prix influence le revenu réel (baisse lorsque le prix augmente, hausse lorsqu'il baisse). Faisons l'hypothèse d'une baisse : elle va faire augmenter le revenu réel du consommateur qui va pouvoir acheter plus de ce bien mais aussi plus de tous les autres biens. « L'effet revenu » va dépendre du type de bien. Si c'est un « bien inférieur » (élasticité de la demande revenu négative) l'effet revenu limitera l'effet de substitution, c'est-à-dire que l'agent ne consommera pas plus de biens dont le prix a baissé et plus d'autres biens. Si c'est un « bien supérieur » (élasticité revenu  $>1$ ), l'effet de substitution sera maximum (le surcroît de revenu sera totalement consacré à la consommation du bien dont le prix a baissé)

### **3/ La sensibilité de la consommation aux prix et aux revenus**

#### **a) L'élasticité de la demande-prix**

- La définition générale de la notion d'élasticité : Variation relative (variation par rapport à une base) d'une variable A en fonction d'une variation relative d'une variable B (cela peut se traduire par le rapport entre deux pourcentages). La définition de l'élasticité de la demande-prix indique la réaction de la demande face à une variation du prix.
- L'élasticité, d'une façon générale, traduit la pente de la courbe de demande, c'est-à-dire le degré de sensibilité de la demande à une variation du prix. Si l'élasticité est forte, la courbe de demande a une faible pente, si elle est faible, la pente est forte.

**b) L'élasticité de la demande-revenu** est le rapport de la variation relative de la quantité demandée à la variation relative du revenu.

**c) L'élasticité croisée** mesure la réaction de la demande d'un bien lorsque le prix d'un autre bien varie (tout cela de façon relative).

### **4/ La loi d'Engel et ses limites**

- Ernst Engel (1821-1896), était un statisticien prussien qui procéda aux premières mesures de consommation et de revenu des ménages. Il constata que, lorsque le revenu augmente, les dépenses alimentaires occupent une part décroissante dans l'ensemble des dépenses du ménage, alors que c'est l'inverse pour les dépenses qu'il qualifiait "de luxe" (transports, livres, journaux, sorties...), les dépenses d'habillement progressant quant à elles à peu près au même rythme que le revenu.
- Les biens dont la part dans le budget des ménages diminue sont ceux dont l'élasticité de la demande prix et revenu est la plus faible (lorsque leur prix diminue ou le revenu moyen augmente la quantité consommée de ces biens progressent moins que proportionnellement)
- Ces lois ne sont pas universelles et dépendent de l'évolution des besoins et donc de la structure des dépenses des ménages (par exemple aujourd'hui la part des dépenses de logement augmente alors que pour Engel ce n'était pas le cas)