

Chapitre 04 – Le marché (1) : les modèles de la concurrence parfaite

Plan du cours

Introduction – Qu'est-ce qu'un marché ?

Document 1 – L'économie des plateformes : une marchandisation des rencontres amoureuses ?

I. Des marchés concrets à une représentation modélisée des marchés

- A. Pourquoi construit-on des modèles en économie ?
- B. Le modèle théorique de la concurrence « pure et parfaite »

II. La théorie de l'équilibre général : la concurrence pure et parfaite, un cadre théorique normatif

- A. L'existence d'un équilibre général
- B. L'optimalité de l'équilibre général : les théorèmes de l'économie du bien-être
 - 1. Le diagramme d'Edgeworth, une représentation de l'équilibre dans une économie d'échange à deux biens
 - 2. « L'optimalité collective » de V. Pareto
- C. Une optimalité prise en défaut

III. L'analyse en équilibre partiel : le cadre instrumental de la microéconomie standard

- A. Le principe de l'autorégulation marchande
 - 1. Le modèle du Cobweb, un processus séquentiel
 - 2. L'efficacité du marché en concurrence parfaite dans un cadre d'équilibre partiel : la maximisation du surplus
- B. Les modifications de l'équilibre de marché : les chocs positifs ou négatifs
 - 1. Chocs d'offre
 - Document 2 – Evolution de la population active en France depuis 1975
 - 2. Chocs de demande
 - Document 3 – Evolution du prix des logements et du revenu disponible des ménages
 - Document 4 – Répartition des logements selon le nombre d'occupants
 - Document 5 – L'impact des aides à la personne sur le coût du logement
- C. Bloquer l'autorégulation marchande : les situations de rationnement
 - 1. Rationnement de l'offre
 - 2. Rationnement de la demande
- D. Les effets d'une perturbation des prix sur le surplus collectif : l'exemple de la taxe carbone

Conclusion

Introduction – Qu'est-ce qu'un marché ?

Document 1 – L'économie des plateformes : une marchandisation des rencontres amoureuses ?

La transformation des modes de rencontre entre les détenteurs d'une ressource et ceux qui souhaitent en faire usage est profonde suite à la mise en place des marchés multifaces sur Internet (...). Ces marchés qui sont également des plateformes démultiplient les échanges en leur permettant de se déployer sur des segments de plus en plus nombreux de la vie sociale, souvent liés à l'intime (...). Voyages, logements, emplois, services, outillages, déplacements automobiles, rencontres, etc., peuvent désormais être offerts et demandés, cédés et utilisés d'une manière inouïe jusqu'ici, dans la mesure où il n'y a pas besoin d'avoir une relation directe, ou médiée par un proche, avec la personne qui offre la ressource pour y accéder. La mise en contact par la plateforme, cadrée par quelques protocoles déclaratifs, suffit à cela. C'est donc l'heure de l'économie d'**appariement**¹ [Steiner, 2019] avec son ingénierie économique dédiée à la création des marchés d'appariement [Roth, 2015].

Outre l'architecture physique sur laquelle repose Internet, cette transformation impose de réunir, conserver et traiter les masses de données digitales constitutives de l'économie 2.0. Celle-ci transforme des biens et services difficilement accessibles et cessibles en biens et services aisément accessibles et cessibles, c'est-à-dire liquides.

Devenir marchand de ses propres ressources, en se connectant comme offreur sur un site web, exige une mise en forme textuelle de l'offre, puisque celle-ci transite par l'intermédiaire de textes et d'informations transmises à la plateforme ; la même activité est également nécessaire de l'autre côté de la plateforme. L'individu est amené à faire un travail sur lui-même et sur le monde d'actifs qu'il liquéfie afin de les présenter de façon à séduire les individus qui cherchent à profiter de cette liquéfaction. Enfin, en symétrique de ce travail digital, les plateformes imposent de procéder à des recherches [Callon, 2017], car il existe de nombreux sites pour le même actif liquéfié. À titre d'illustration, Marie Bergström [2014] fait état de 1 045 sites web de rencontres – 883 hétéro-orientés (...) et 162 non hétéro-orientés.

En ce sens, l'économie de plateformes réalise pratiquement l'idée de *commercial society*, société dans laquelle tout le monde est un marchand selon la formule d'Adam Smith ; ce qui n'empêche pas que certains acteurs occupent une position dominante en concentrant les échanges de ces biens et services liquéfiés. Il existe des entreprises de plateforme dont la capitalisation boursière atteint des sommes considérables : c'est par exemple le cas d'Amazon (700 milliards de dollars en juin 2018). D'autres sont plus modestes sous ce registre, avec 30 milliards de dollars de capitalisation pour Airbnb, et 440 millions d'euros pour Meetic. Le capital est dans ce cas d'une nature particulière puisque, dans l'économie 2.0, l'actif clé est la création de bases de données, support de la liquéfaction des actifs et des mises en relation des individus offreurs et demandeurs. (...)

L'appariement suppose l'existence d'une *Agence* (la plateforme) munie d'un *algorithme* capable de traiter rapidement une masse de données et de fournir les réponses aux demandes de mise en relation. L'Agence et son logiciel doivent attirer pour engendrer du *volume* de transactions, régler les problèmes de *congestion* posés par ce volume et, finalement, éviter l'*opportunisme* qui ferait que les transactions se déroulent hors site une fois la mise en relation effectuée [Roth, 2015]. Au-delà de ces aspects étudiés par l'économiste, le fonctionnement d'une plateforme repose sur la création de bases de données qui regroupent les personnes ayant liquéfié leurs ressources d'un côté et, de l'autre, celles qui souhaitent y accéder. La création de telles bases de données constitue le capital spécifique des plateformes : c'est ce processus qui explique que des sites subventionnent le côté « court » de leur plateforme, comme c'est le cas de certains sites de rencontres qui font payer les hommes tandis que l'inscription reste gratuite pour les femmes, ou encore qui conditionnent le passage de la version gratuite mais limitée (*freemium*) au plein accès à certaines options par un paiement (*premium*).

Les sites de rencontre ne sont pas la première intrusion des relations marchandes au sein du domaine de la rencontre amoureuse puisque les annonces matrimoniales dans la presse et les agences matrimoniales étudiées par Claire-Lise Gaillard [2018] montrent leur présence depuis le milieu du XIXe siècle.

L'apparition d'un intermédiaire marchand modifie les conditions sociales de la rencontre amoureuse. Celle-ci est-elle pour autant de nature marchande ? L'usage du terme de marché matrimonial, dans lequel il est question de

« faire un choix, maximiser ses options et utiliser des techniques de calculs en termes de coûts et de profits, et d'efficacité » [Illouz, 2006], pourrait le faire croire. Cette interprétation est douteuse : si le marché implique l'idée de choix, la réciproque n'est pas vraie. La relation marchande est caractérisée par la puissance monétaire, c'est-à-dire la capacité d'obtenir le bien désiré en payant plus cher – ce n'est pas pour rien que la technologie de l'enchère est souvent prise comme l'exemple même du marché. Aussi, une fois que la relation marchande rattachant les individus à la plateforme a fait se rencontrer deux partenaires potentiels, ce n'est pas la capacité à payer qui fera l'appariement entre eux. Les personnes passant par les sites de rencontre et faisant face à la pluralité des offres de biens liquéfiés utilisent volontiers des analogies marchandes et de compétition.

[Cet extrait d'un entretien réalisé par Eva Illouz en témoigne]. « Q : Qu'est-ce que vous voulez dire par "petit numéro de vendeuse" ? R : Sur le fond, il faut se vendre. Ça ne me pose pas de problème, mais il faut voir les choses en face. Parce que le seul but du rendez-vous est de répondre à la question "Est-ce que nous avons envie de nous revoir ?" Comme couple. Q : Comment vous vendez-vous ? R : Je suis quelqu'un de très sincère. Mais, dans ces rendez-vous, je souris beaucoup, je suis très très très gentille. Je n'exprime aucune opinion extrême ou tranchée, alors que j'ai des opinions très tranchées et que je suis extrémiste. » [Illouz, 2006]

L'usage **émique**² du vocabulaire marchand est un fait, mais son importation étique fait problème, car il y a de nombreuses manières de se trouver en compétition avec autrui (sexuelle, scolaire, sportive, etc.) ; et il n'y a nulle raison de les rabattre sur la compétition marchande. D'ailleurs, lorsqu'il s'agit de la rencontre elle-même et de la déception ressentie par cette utilisatrice, le vocabulaire reste dans le registre relationnel.

Source : P. Steiner, « Plateformes d'appariement, rencontres amoureuses et mondes marchands », *Revue Française de Socio-économie*, 2020

¹ appariement : littéralement unir une paire. En économie, cette notion est utilisée pour décrire la mise en relation d'une offre et d'une demande, le plus souvent sur le marché du travail.

² émique : dont le point de vue est basé sur les concepts et le système de pensée propre aux personnes étudiées.

1. En quoi cet article illustre-t-il une forme d'extension des logiques marchandes aux relations sociales ?
2. Peut-on parler d'une rencontre spontanée entre offre et demande dans le cas des sites de rencontre ?
3. Quelles sont les nuances qui sont apportées à cette utilisation du registre marchand pour désigner les rencontres amoureuses ?

I. Des marchés concrets à une représentation modélisée des marchés

A. Pourquoi construit-on des modèles en économie ?

B. Le modèle théorique de la concurrence « pure et parfaite »

II. La théorie de l'équilibre général : la concurrence pure et parfaite, un cadre théorique normatif

A. L'existence d'un équilibre général

Revoir ce qui a été fait en début d'année :

- La solution walrasienne et la stabilité de l'équilibre grâce au commissaire-priseur (processus de tâtonnement)
- Kenneth Arrow, Gérard Debreu, « Existence of an equilibrium for a competitive economy », *Econometrica*, vol. 22, n°3, 1954 : démonstration mathématique de l'existence d'un point fixe qui équilibre simultanément

tous les marchés. Pour rappel, Hugo Freund Sonnenschein montrera que rien ne permet de déduire du théorème de l'équilibre général d'Arrow et Debreu une « autorégulation du marché vers un équilibre » (on a donc un équilibre instable).

B. L'optimalité de l'équilibre général : les théorèmes de l'économie du bien-être

1. Le diagramme d'Edgeworth, une représentation de l'équilibre dans une économie d'échange à deux biens

Voir poly.

2. « L'optimalité collective » de V. Pareto

C. Une optimalité prise en défaut

III. L'analyse en équilibre partiel : le cadre instrumental de la microéconomie standard

A. Le principe de l'autorégulation marchande

1. Le modèle du Cobweb, un processus séquentiel

Voir poly.

2. L'efficacité du marché en concurrence parfaite dans un cadre d'équilibre partiel : la maximisation du surplus

B. Les modifications de l'équilibre de marché : les chocs positifs ou négatifs

1. Chocs d'offre

Document 2 – Evolution de la population active en France depuis 1975

Caractéristiques	1975	1985	1995	2005	2015	2020	2022
Population active (en milliers)	23 181	25 056	26 094	28 213	29 718	29 735	30 575
Femmes	9 176	10 766	11 959	13 419	14 468	14 576	14 933
Hommes	14 005	14 290	14 135	14 794	15 250	15 159	15 643
Taux d'activité des 15-64 ans (en %)	69,1	68,2	68,3	70,4	72,2	71,9	73,6
Sexe							
Femmes	54,5	58,1	62,1	65,9	69,0	69,2	70,7
Hommes	83,9	78,4	74,7	75,2	75,6	74,8	76,6
Âge							
15-24 ans	58,4	52,3	37,8	39,1	38,5	36,8	42,2
25-49 ans	78,9	84,6	87,9	88,4	88,4	87,5	88,3
50-64 ans, dont :	59,4	49,6	47,8	57,6	65,3	68,3	69,7
55-64 ans	50,2	37,1	32,6	41,7	54,1	58,6	60,3

Lecture : En moyenne en 2022, 73,6 % de la population de 15 à 64 ans est active (en emploi ou au chômage).

Champ : France hors Mayotte, personnes vivant en logement ordinaire, âgées de 15 ans ou plus.

Source : Insee, enquête Emploi 2022, séries longues sur le marché du travail.

1. Comment a évolué la population active depuis 1975 ?

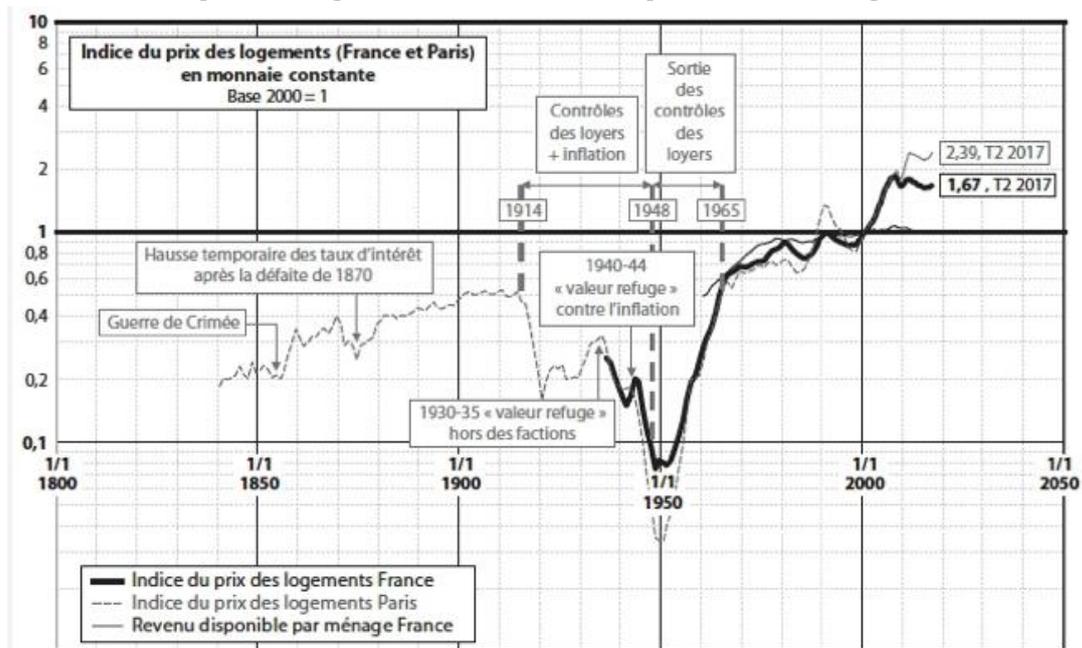
2. Comment pouvez-vous expliquer cette évolution ?

Source : INSEE, France, portrait social, 2023

Voir poly.

2. Chocs de demande

Document 3 – Evolution du prix des logements et du revenu disponible des ménages



Lecture : entre 2000 et 2017, le prix des logements en France a augmenté de 67 % (139 % à Paris) alors que le revenu disponible est resté quasiment constant. Les sommes étant indiquées en euros constants, cela signifie que l'on raisonne à prix constants.
— Source : CGEDD d'après l'Insee

Document 4 – Répartition des logements selon le nombre d'occupants

Type de ménage	Ménages				Population			
	Répartition (en %)			Nombre (en milliers)	Répartition (en %)			Nombre (en milliers)
	1990	1999	2020		1990	1999	2020	
Ménage composé uniquement								
d'un homme seul	10,1	12,4	16,3	4 936	3,9	5,1	7,5	4 936
d'une femme seule	16,9	18,4	21,1	6 379	6,5	7,6	9,7	6 379
d'une famille monoparentale, dont :	6,8	7,6	9,4	2 829	6,7	8,0	11,0	7 210
avec enfants de moins de 18 ans	3,7	4,5	5,8	1 745	4,1	5,2	7,4	4 837
d'un couple sans enfant	23,4	24,5	25,3	7 652	18,1	20,3	23,3	15 304
d'un couple avec enfants, dont :	36,4	31,6	24,2	7 306	55,4	50,8	42,8	28 126
avec enfants de moins de 18 ans	29,1	25,0	19,5	5 901	45,8	41,8	35,8	23 512
Ménage complexe¹, dont :	6,4	5,5	3,7	1 119	9,4	8,1	5,7	3 739
avec enfants de moins de 18 ans	2,0	1,7	1,1	321	4,2	3,7	2,4	1 586
Ensemble	100,0	100,0	100,0	30 221	100,0	100,0	100,0	65 694

1 La moitié des ménages complexes est constituée de personnes sans lien de couple ou de filiation directe. L'autre moitié est constituée de couples avec ou sans enfants et/ou de familles monoparentales, et d'une ou plusieurs autres personnes.

Lecture : En 2020, 7,3 millions de ménages sont constitués d'un couple avec un ou plusieurs enfants sans limite d'âge, soit 24,2 % des ménages.

Champ : France hors Mayotte, population des ménages vivant en logement ordinaire.

Source : Insee, recensements de la population 1990 (sondage au quart), 1999 et 2020 (exploitations complémentaires).

Source : INSEE, France, portrait social, 2023

1. En quoi ce tableau permet de comprendre, en partie, l'évolution de la demande de logement depuis les années 1990 en France ?

Voir poly.

C. Bloquer l'autorégulation marchande : les situations de rationnement

1. Rationnement de l'offre
2. Rationnement de la demande

D. Les effets d'une perturbation des prix sur le surplus collectif : l'exemple de la taxe carbone

Voir poly.

Conclusion