

## Correction

### A° Les déterminants de l'offre et de la demande

DOC 1 :

**R1.** La demande des consommateurs pour un bien ou un service donné est (le plus souvent) d'autant plus faible que le prix est élevé pour deux raisons :

(1) lorsque le prix d'une marchandise augmente, chaque consommateur en achète moins ; (2) à partir d'un certain niveau de prix suffisamment élevé, certains consommateurs décident de ne plus acheter du tout et sortent du marché. On peut aller plus loin dans la justification en introduisant dès à présent la notion de surplus du consommateur.

**R2.** On peut songer à certains biens de première nécessité qui, dans certaines conditions particulières, peuvent être d'autant plus consommés que leur prix est élevé (biens dits Giffen) ou de biens distinctifs qui, pour des raisons différentes, se caractérisent également par une élasticité prix positive. Au-delà de ces exemples, cette question peut donner l'occasion d'illustrer le principe du raisonnement toutes autres choses restant égales par ailleurs en établissant une distinction claire entre les « vraies » exceptions (celles observées lorsque le prix augmente ou diminue, les autres variables restant inchangées) et les « fausses » exceptions (celles observées lorsque le prix, mais également le revenu ou les goûts se sont modifiés). Au-delà de ce rappel de méthode, cette distinction permet également d'introduire la distinction entre déplacement *de* et déplacement *sur* la courbe de demande (*cf.* doc. 3).

## **DOC 2 :**

**R1.** L'offre des entreprises est d'autant plus importante que le prix est élevé pour deux raisons : 1/chaque entreprise est disposée à offrir une quantité d'autant plus importante que le prix est élevé ; 2/plus le prix est élevé, plus nombreuses seront les entreprises désireuses et capables d'offrir le bien ou le service considéré. On peut aller plus loin dans la justification en introduisant dès à présent la notion de coût marginal croissant dont on aura besoin plus loin, lors de la présentation de la notion de surplus du producteur.

**R2.** On peut songer aux biens non reproductibles (oeuvres d'art). Là encore, au-delà de ces exemples, cette question peut donner l'occasion d'illustrer le principe du raisonnement toutes autres choses restant égales par ailleurs en établissant une distinction claire entre les « vraies » exceptions (celles observées lorsque le prix augmente ou diminue, les autres variables restant inchangées) et les « fausses » exceptions (celles observées lorsque le prix, mais également le prix des facteurs de production ou les conditions techniques se sont modifiés). Au-delà de ce rappel de méthode, cette distinction permet également d'introduire la distinction entre déplacement *de* et déplacement *sur* la courbe d'offre

## **B° La détermination du prix sur un marché concurrentiel**

DOC 3 :

**R1.** En raison de l'imperfection de l'information, de l'impossibilité de rédiger des contrats complets et des coûts démesurés qu'exigerait un contrôle total des modalités d'exécution du contrat, les agents rationnels en sont réduits à se faire confiance.

**R2.** Transactions réalisées par l'intermédiaire d'ebay.fr ou du boncoin.fr, relations de service.

**R3.** Transactions immobilières, achat d'automobile

**R4.** Moins la confiance est présente, plus les contrats doivent être complets et plus nombreuses et élaborées doivent être les techniques de contrôle des modalités d'exécution du contrat. Ces deux contraintes accroissent considérablement les coûts de transaction.

DOC 4 :

**R1.** Absence d'illusion monétaire (et donc des coûts Traditionnellement associés à l'inflation) et lien social.

**R2.** Difficultés de parvenir à des échanges en raison de l'absence fréquente d'une double coïncidence des besoins (*cf.* chapitre 5).

**R3.** Une économie monétaire dispose d'un bien susceptible de servir d'unité de compte, d'intermédiaire des échanges et de réserve de valeur. Des échanges sont possibles entre deux individus alors même qu'il n'y a pas double coïncidence des besoins (*cf.* chapitre 5).