

- On parle de **marché du textile** ou de **marché des télécommunications**. Est-ce que ces deux exemples ont un rapport avec le **marché** où l'on va acheter ses légumes le **samedi matin**??

*Oui. A l'origine, les producteurs et les consommateurs se rencontraient physiquement et marchandaient les produits à vendre et à acheter. Dans le marché du textile, plus le jean est à la mode, plus il y a de demande, donc plus le prix est élevé. Si les producteurs de jeans inondent le marché, l'offre risque cependant d'être plus élevée que la demande, et les prix baissent de nouveau. Tout comme le vendeur de légumes vend au rabais son kilo de pommes s'il n'arrive pas à l'écouler suffisamment vite (s'il ne le vend pas, les pommes pourriront, au même titre qu'un article de mode perd de son attractivité s'il est de la saison précédente).*

- L'**offre et la demande** déterminent le prix et la quantité d'un bien. Quels **acteurs du marché** se situent du côté de l'offre et lesquels se situent du côté de la demande?

*Les producteurs se situent du côté de l'offre et les consommateurs du côté de la demande. Mais les producteurs se retrouvent aussi du côté de la demande lorsqu'ils doivent acheter la matière première pour produire leurs biens.*

- Quelle différence y a-t-il entre un **bien substituable** et un **bien non substituable**?

*L'adjectif vient du verbe « substituer » : mettre une chose à la place d'une autre. Les biens substituables peuvent donc être remplacés par d'autres bien similaires, alors que les biens non substituables sont « irremplaçables », ils n'ont pas d'équivalent sur le marché.*

- En cas de pénurie d'un **bien substituable**, comment réagit son prix? Donne un exemple.

*Le prix ne devrait pas augmenter fortement, parce que les consommateurs peuvent facilement acquérir un autre bien aux qualités similaires ou équivalentes. Par exemple, le beurre et la margarine sont des produits similaires. Donc, s'il y avait une pénurie de beurre, la plupart des consommateurs se rabattraient sur la margarine. La demande pour le beurre baisserait automatiquement et le prix du beurre ne subirait pas de forte hausse.*

## Offre et demande (suite)

- En cas de pénurie d'un **bien non substituable**, comment réagit son prix? Donne un exemple.

Le prix du bien en question augmente fortement, parce que les consommateurs ne peuvent pas remplacer ce bien par un autre; ils en sont dépendants. L'un des exemples les plus flagrants est le pétrole. Tous les pays du monde dépendent fortement du pétrole pour satisfaire leurs besoins en énergie et leur production industrielle (le plastique est fabriqué à base de pétrole). Par conséquent, si la production de pétrole baisse fortement, comme lors des chocs pétroliers des années 70, le prix augmente de façon spectaculaire.

Ces dernières années, ce n'est pas une pénurie de l'offre, mais une forte hausse de la demande (notamment des pays émergents comme la Chine et l'Inde) qui a poussé le prix du pétrole à la hausse. Malgré l'émergence de sources d'énergie alternatives (solaire, éolienne, etc.) n'y change rien, car celles-ci sont chères et rares. Le pétrole reste donc considéré comme un bien non substituable; un déséquilibre entre l'offre et la demande fait fortement varier les prix.

- Pourquoi les **agriculteurs** suisses reçoivent-ils des **subventions** de l'Etat?

Les agriculteurs suisses ont des charges plus élevées que dans les pays voisins (coût de la vie plus élevé, terrain plus cher, main-d'œuvre mieux rémunérée, etc.), et cela se répercute automatiquement sur le prix de ce qu'ils produisent. Ils ne peuvent pas être concurrentiels sur le marché suisse et sur le marché international. Les subventions leur permettent de maintenir ces biens à un prix acceptable pour les consommateurs, mais celui-ci ne correspond pas au prix réel.

- Les normes antipollution font grimper le prix des véhicules propres.

### Quel type de loi peut rendre un jouet plus cher?

Les normes de sécurité. Un jouet doit passer plusieurs tests et homologations avant d'être mis sur le marché européen. Ces étapes coûtent du temps et de l'argent. De plus, les matériaux autorisés pour la fabrication sont souvent de bonne qualité (et donc onéreux), afin d'éviter tout danger pour l'enfant.

- Enumère **trois arguments**, autres que le **prix**, qui peuvent pousser le consommateur à acheter un produit.

L'éthique du fabricant (par exemple, une entreprise qui pratique le commerce équitable), la qualité particulière d'un produit, le luxe apparent comme facteur d'appartenance à une classe sociale, un goût particulier et unique, l'attrait d'une marque à la mode, etc.

- Explique pourquoi le **marché planifié** comporte un **risque de pénurie**.

Parce que la quantité offerte ne s'adapte pas automatiquement à la demande, comme dans un marché libre. L'offre dépend uniquement du bon vouloir des autorités; or, l'Etat réagit moins vite que les producteurs, qui ont un intérêt financier à suivre au plus près la demande du marché.