

# Table des matières

|   |     |
|---|-----|
| <b>Avant-Propos</b> .....   | III |
| Qu'est-ce que l'analyse économique? .....                               | III |
| À qui ce livre est-il destiné? .....                                    | IV  |
| Structure du livre .....  | IV  |
| Quelques conseils .....   | V   |
| <b>Remerciements</b> .....  | VII |
| <b>Chapitre 1</b>   |     |
| <b>Les gains à l'échange</b> .....                                      | 1   |
| Introduction .....  | 2   |
| L'utilité et la valorisation .....                                      | 2   |
| Le concept d'utilité .....  | 2   |
| La valorisation .....   | 3   |
| Un acheteur, un vendeur : la vente d'un objet .....                     | 4   |
| Le point de vue de l'acheteur .....                                     | 4   |
| Le point de vue du vendeur .....  | 5   |
| La vente d'un objet .....   | 5   |
| Un acheteur, un vendeur : la vente de plusieurs objets identiques ..... | 6   |
| Le point de vue de l'acheteur .....                                     | 7   |
| La valorisation marginale .....   | 8   |
| Le point de vue du vendeur .....  | 12  |
| Les gains à l'échange .....   | 14  |
| L'efficacité économique .....   | 16  |
| Remarques supplémentaires .....   | 18  |
| Échange vs troc .....   | 18  |
| Valorisation vs valeur .....  | 20  |
| Conclusion .....  | 20  |
| Annexe : de l'utilité à la valorisation .....                           | 21  |
| Les courbes de niveaux d'utilité : les courbes d'indifférence .....     | 21  |
| Exprimer l'arbitrage : le taux marginal de substitution .....           | 22  |
| La valorisation marginale comme TMS pour l'argent .....                 | 24  |
| Exercices .....   | 25  |
| <b>Chapitre 2</b>   |     |
| <b>La demande</b> .....   | 31  |
| Introduction .....  | 32  |
| La demande individuelle .....   | 32  |
| Note sur les représentations : tableaux, équations et graphiques .....  | 32  |
| Roche, papier, ciseaux .....  | 33  |
| Le comportement du consommateur .....                                   | 34  |
| Le surplus du consommateur .....  | 35  |
| De la valorisation marginale à la demande individuelle .....            | 37  |

|   |           |
|---|-----------|
| La demande de marché .....  | 38        |
| La fonction de demande .....  | 41        |
| Les facteurs qui affectent la demande.....                                      | 42        |
| Les changements dans la courbe de demande .....                                 | 43        |
| Les élasticités .....   | 44        |
| L'élasticité-prix de la demande .....   | 44        |
| L'élasticité dépend de l'endroit où on se trouve sur la courbe de demande ..... | 45        |
| Cas particuliers.....   | 48        |
| Autres élasticités .....  | 49        |
| Conclusion.....   | 50        |
| Exercices .....   | 52        |
| <b>Chapitre 3</b>   |           |
| <b>La firme, ses coûts et ses profits.....</b>                                  | <b>57</b> |
| Introduction .....  | 58        |
| La firme .....  | 58        |
| Le processus de production.....   | 58        |
| L'objectif de la firme.....   | 59        |
| Les recettes .....  | 60        |
| Les coûts .....   | 62        |
| Les coûts à considérer pour la prise de décision .....                          | 62        |
| La structure des coûts .....  | 65        |
| Les courbes de coûts.....   | 69        |
| Le facteur temps : court terme vs long terme.....                               | 73        |
| La maximisation des profits .....   | 76        |
| Profit économique vs profit comptable .....                                     | 77        |
| La maximisation des profits .....   | 78        |
| Conclusion.....   | 80        |
| Exercices .....   | 81        |
| <b>Chapitre 4</b>   |           |
| <b>L'offre en concurrence parfaite .....</b>                                    | <b>87</b> |
| Introduction .....  | 88        |
| La concurrence parfaite.....  | 88        |
| Les conditions nécessaires à la concurrence parfaite .....                      | 89        |
| La maximisation des profits dans un marché concurrentiel .....                  | 91        |
| La décision de production.....  | 91        |
| La décision de fermeture et l'offre à court terme .....                         | 95        |
| La décision de fermeture à court terme.....                                     | 95        |
| La courbe d'offre à court terme d'une firme .....                               | 99        |
| La courbe d'offre de court terme du marché.....                                 | 100       |
| L'élasticité-prix de l'offre .....  | 101       |

|  |            |
|--|------------|
| La décision de fermeture et l'offre à long terme.....  | 101        |
| La décision de fermeture à long terme .....  | 102        |
| La courbe d'offre de long terme de la firme .....  | 103        |
| La courbe d'offre de marché de long terme .....  | 104        |
| Remarque supplémentaire : profits nuls à long terme.....   | 105        |
| Conclusion.....  | 106        |
| Annexe : la décision de fermeture à moyen terme,<br>lorsque certains coûts fixes sont récupérables ..... | 107        |
| Devriez-vous fermer boutique à moyen terme (entre un et dix mois)? .....                                 | 108        |
| Exercices .....  | 110        |
| <b>Chapitre 5</b>  |            |
| <b>L'équilibre de marché.....</b>  | <b>115</b> |
| Introduction .....   | 116        |
| L'équilibre de marché.....   | 116        |
| Les forces du marché.....  | 116        |
| Définition et détermination de l'équilibre.....  | 119        |
| Les chocs externes .....   | 121        |
| Les chocs sur la demande.....  | 122        |
| Les chocs sur l'offre .....  | 126        |
| Les chocs simultanés sur l'offre et sur la demande.....  | 127        |
| La réglementation de marché .....  | 129        |
| Les considérations de bien-être .....  | 131        |
| Le surplus du consommateur.....  | 131        |
| L'équilibre concurrentiel et l'allocation optimale.....  | 138        |
| Conclusion.....  | 140        |
| Exercices .....  | 142        |
| <b>Chapitre 6</b>  |            |
| <b>Le monopole et le pouvoir de marché.....</b>  | <b>145</b> |
| Introduction .....   | 146        |
| Le monopole.....   | 146        |
| Les sources de pouvoir de marché.....  | 147        |
| La maximisation des profits : un arbitrage entre marges et volume des ventes ....                        | 149        |
| La décision optimale du monopoleur .....   | 152        |
| L'élasticité et le pouvoir de marché .....   | 154        |
| Mesurer le pouvoir de marché .....   | 154        |
| Le rôle de l'élasticité de la demande .....  | 154        |
| Les considérations de bien-être et l'inefficacité du monopole .....                                      | 155        |
| Le monopole naturel et la réglementation.....  | 157        |
| Le pouvoir de marché et la concurrence monopolistique .....  | 158        |
| Conclusion.....  | 160        |
| Exercices .....  | 162        |

|  |            |
|--|------------|
| <b>Chapitre 7</b>  |            |
| <b>Les stratégies de tarification et la discrimination par les prix .....</b>                      | <b>165</b> |
| Introduction .....   | 166        |
| La discrimination par les prix.....  | 166        |
| La discrimination parfaite : capter l'intégralité du surplus du consommateur ...                   | 167        |
| Les conditions de la discrimination par les prix .....   | 170        |
| La segmentation de marché explicite – discrimination par les prix de troisième degré .....         | 171        |
| La segmentation de marché implicite – discrimination par les prix de deuxième degré .....          | 174        |
| Exemples de prix non linéaires .....   | 176        |
| Exemple de menu de tarifs binômes.....   | 176        |
| Exemple de tarification par bloc .....   | 178        |
| Ventes liées et vente par assortiment.....   | 179        |
| Conclusion.....  | 180        |
| Exercices .....  | 181        |
| <b>Chapitre 8</b>  |            |
| <b>L'incertitude et la valeur de l'information.....</b>  | <b>187</b> |
| Introduction .....   | 188        |
| L'attitude face au risque .....  | 188        |
| L'aversion au risque .....   | 188        |
| Les autres attitudes face au risque : la neutralité face au risque et le goût pour le risque ..... | 194        |
| Réduire son exposition au risque .....   | 195        |
| La diversification .....   | 199        |
| Investir en avenir incertain.....  | 199        |
| La décision d'investissement en utilisant les arbres de décisions .....                            | 199        |
| La valeur de l'information.....  | 202        |
| La valeur espérée de l'information parfaite.....   | 204        |
| La valeur espérée de l'information imparfaite .....  | 206        |
| Conclusion.....  | 210        |
| Exercices .....  | 211        |
| <b>Chapitre 9</b>  |            |
| <b>La théorie des jeux et les interactions stratégiques .....</b>                                  | <b>217</b> |
| Introduction .....   | 218        |
| La théorie des jeux : penser de manière stratégique .....  | 218        |
| Le dilemme du prisonnier .....   | 221        |
| Autres exemples de jeux simultanés.....  | 223        |
| Les applications du dilemme du prisonnier .....  | 223        |
| Autres jeux simultanés .....   | 226        |
| Les jeux séquentiels.....  | 229        |
| Conclusion.....  | 235        |
| Exercices .....  | 236        |

|  |     |
|--|-----|
| <b>Chapitre 10</b>   |     |
| <b>L'oligopole</b> .....   | 241 |
| Introduction .....   | 242 |
| Qu'est-ce qu'un oligopole?.....                                      | 242 |
| Comment déterminer si un marché est oligopolistique .....            | 243 |
| Le comportement optimal en oligopole .....                           | 244 |
| L'exemple du jeu de fixation des prix .....                          | 244 |
| Le modèle de duopole de Cournot.....                                 | 244 |
| L'avantage du premier joueur – le modèle de Stackelberg.....         | 250 |
| La collusion et les cartels .....                                    | 252 |
| Conclusion.....  | 254 |
| Exercices .....  | 255 |
| <b>Chapitre 11</b>   |     |
| <b>L'asymétrie d'information</b> .....                               | 259 |
| Introduction .....   | 260 |
| La sélection adverse .....   | 261 |
| Les marchés avec sélection adverse – le marché des « citrons » ..... | 262 |
| L'information parfaite.....  | 263 |
| L'information imparfaite symétrique – ignorance totale .....         | 264 |
| L'information asymétrique .....                                      | 264 |
| Signaler la qualité par une inspection coûteuse .....                | 265 |
| Autres exemples de marché avec sélection adverse.....                | 266 |
| Les solutions au problème de sélection adverse.....                  | 268 |
| La certification.....  | 268 |
| La marque et la réputation .....                                     | 268 |
| L'utilisation de signaux et le filtrage.....                         | 269 |
| Conclusion.....  | 269 |
| Exercices .....  | 271 |
| <b>Chapitre 12</b>   |     |
| <b>L'aléa moral et les contrats</b> .....                            | 275 |
| Introduction .....   | 276 |
| L'aléa moral et la relation principal-agent.....                     | 276 |
| Comment concevoir un système d'incitations (contrat) .....           | 277 |
| Un exemple simple .....  | 277 |
| Les incitations en pratique.....                                     | 281 |
| Les effets pervers des incitations .....                             | 283 |
| Conclusion.....  | 285 |
| Exercices .....  | 286 |
| <b>Index</b> .....   | 289 |