Microéconomie

A quoi sert la microéconomie ?

 C'est une science qui étudie comment les individus prennent des décisions et comment ces individus interagissent entre eux.

 La théorie du choix rationnel (TCR) implique que les individus font des arbitrages (théorie d'économie standard).

 Les agents économiques ont par nature une forte préférence pour le présent, ils sont également sensibles aux incitations.

 Quelles sont les grandes questions de la microéconomie ? (elles sont plus spécifiques)

Que se passe-t-il quand les individus, agissants dans leur propre intérêt, participent à l'activité économique ? Comment arrive-t-on à ce que les décisions de millions de consommateurs se coordonnent avec celles de millions de producteurs ?

 Le prix joue ce rôle mais sommes-nous toujours sûrs que les prix permettent d'atteindre ce résultat ? La répartition est-elle équilibrée ? Est-elle optimum ? Est-elle bonne pour la société ?

Répondre à toutes ces questions nécessite la construction d'un modèle formé sur un certain nombre d'hypothèses. On teste ensuite ces hypothèses sur la réalité.

 La microéconomie a comme objectif de maximiser : la satisfaction sous contrainte du revenu (ex pour un consommateur), les profits sous contrainte des prix (ex pour un producteur). Comment l'ensemble des décisions individuelles sont-elles compatibles ? Ou comment les rendre compatibles.

Principes :

* Chaque choix a un coût d'opportunité. Le vrai coût des choses c'est ce à quoi on a renoncé pour les obtenir.
* Les individus optimisent leurs choix et les ressources qu'ils y consacrent. Supposer la rationalité économique c'est supposer que les individus ne font pas n'importe quoi : ils agissent en fonction d'un but déterminé, connaissent les conséquences de leurs actes et choisissent la meilleure option pour y parvenir. Deux situations compliquent cette hypothèse forte (dite d'une hypothèses qui contraint l'ensemble de notre système): le contexte est incertain l'aversion au risque → notion de probabilité, la dimension intemporelle qui affecte les choix (de consommation, d'investissement...) qui se font sous contrainte (par ex : du revenu)
* le raisonnement à la marge : dernière unité produite, consommée, travaillée → fait intervenir le coût d'opportunité.

→ toutes les activités économiques impliquent des choix individuels

→ tous les individus doivent faire des choix parce que les ressources sont rares

→ Le véritable coût des choses c'est ce à quoi on renonce

→ Beaucoup de choix en économie ne sont pas des choix « soit …, soit ... » mais « jusqu'où » : raisonnement à la marge

→ Les incitations fonctionnent parce que chaque agent économique cherche à optimiser sa situation.

Paul Krugman : *Microéconomie* de Boek

E. Waxmer  *Principes de microéconomie* edition Pearson

Thème 1 : Le thème de la demande

Chapitre 1 : La théorie microéconomique du consommateur

Hypothèses relatives à l'homo œconomicus :

 Le consommateur en économie n'est pas un individu incarné comme celui interrogé par l'INSEE: il est abstrait, c'est un modèle, une représentation simplifiée de la réalité. Il est construit à partir d'hypothèses : il a des ressources et des préférences. On étudie son comportement. C'est un être rationnel : il ajuste ses moyens qu'il utilise au but poursuivit : **rationalité instrumentale** (adéquation des fins aux moyens). C'est un agent égoïste dont l'action est motivée par l'intérêt personnel pour maximiser sa satisfaction.

I - La théorie de l'utilité

Utilité: fonction des quantités consommées. Est utile ce qui rend satisfait. Par exemple : le consommateur achète deux biens X et Y, U = U(X;Y). X désigne la quantité de biens X, et Y la quantité de biens Y. Le consommateur rationnel cherche à maximiser son utilité sous contrainte de ses ressources.

 Les économistes du XIXème siècle pensaient que l'utilité pouvait se mesurer comme des longueurs, des masses... En mesurant l'utilité par un indice quantitatif précis : c'est l'utilité cardinale. Ils considéraient que l'on pouvait chiffrer la satisfaction tirée d'un bien.

Pareto introduit l’utilité ordinale, donc une utilité hiérarchisée de manière relative : courbes d'indifférence.

 Cette fonction d'utilité est censée traduire la satisfaction de l'individu avec une quantité de bien X et Y. Cette courbe d'utilité ne prend en compte ni le temps, ni les prix.

 A) Utilité totale et utilité marginale = satisfaction du consommateur

Utilité totale (Ut) : mesure la satisfaction globale que l'individu retire de sa consommation.

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
| Qté X | Ut(X) | Um(X) | L'Um est de moins en moins importante.L'Ut augmente de moins en moins vite.L'Um : mesure l'évolution de l'utilité à la marge, c'est à dire l'évolution de l'utilité d'une très petite variation de la quantité consommée. Si les biens sont parfaitement divisibles, on utilise la dérivée pour savoir comment évolue l'utilité par rapport à X.$$U\_{m}=U'(X)=\frac{dU}{dX}$$ |
| 1 | 100 | 100 |
| 2 | 190 | 90 |
| 3 | 265 | 75 |
| 4 | 215 | 50 |
| 5 | 325 | 10 |

 B) Comment évoluent U et Um

1. Le principe d'intensité décroissante des besoins

Le niveau de satisfaction va dépendre de l'intensité du besoin : le plaisir éprouvé par la consommation est proportionnel au manque d'avant la consommation.

L'intensité d'un besoin décroit au fur et à mesure que la quantité consommée augmente **: loi des rendements psychologiques décroissants**. La disposition marginale à payer pour un bien est une fonction décroissante de la quantité déjà consommée de ce bien.

Pour une unité d'un bien X, si l'individu en manque, il est prêt à sacrifier une certaine quantité de monnaie pour en obtenir une unité.

1. Principe de l'utilité marginale décroissante

 L'analyse en termes d'unité marginale se fonde sur le fait qu'un individu n'évalue pas un bien dans l'absolu mais unité après unité. Au fur et à mesure de la quantité consommée d'un bien augmente, l’augmentation de la satisfaction additionnelle s'affaiblit. L'utilité marginale est décroissante

II – Les préférences des consommateurs



 La représentation d'un ordre de préférence (utilité ordinale) peut se représenter par des courbes d'indifférence.

Pour la même Um, on a différentes proportions entre X et Y. Une courbe d'indifférence est une courbe d'iso-utilité. Le long de la courbe d'indifférence, il y a la même Um.

 A) Les hypothèses sur les préférences

* La relation de préférence est une relation complète : toute paire quelconque de panier peut être comparée <=> le consommateur est capable d'effectuer des choix : il préfère X, ou Y, ou il est indifférent. C'est l'axiome de totalité : le consommateur est capable d'ordonner ses préférences.
* La notion de préférence est réflexive : tout panier est au moins aussi désirable que lui même
* la relation de préférence est transitive : si un bien X est préféré à un bien Y et que Y est préféré à Z, alors X est préféré à Z. Si X > Y et Y > Z alors X > Z
* axiome de continuité : si un panier est préféré à un autre panier, un panier très proche du point de vue des quantités du 1er panier sera préféré au second.
* Axiome de monotonicité ou de non saturation : soit deux paniers de consommation différents X et Y, si X contient des quantités supérieures ou égales à celles fournies par Y pour tous les biens, X sera strictement préféré à Y pour tout agent.
* Axiome de convexité : si un consommateur préfère le panier 1 au panier 2, il préférera tous panier formé du panier 1 et 2 au panier 2.

 B) Les propriétés des courbes d'indifférence

* le long d'une courbe d'indifférence, la variation de Ut = 0, $\frac{dV}{dt}=0$
* Une courbe d'indifférence a une pente négative.

Démonstration : si la pente était positive, pour plus de X on aurait également plus de Y, donc la quantité de biens ne serait pas égale tout le long de la courbe, et d'après l'axiome de monotonicité, la satisfaction ne serait pas égale tout le long de la courbe.

* Une courbe d'indifférence est convexe

Démonstration : si on part d'un point A de la courbe éloigné de l'origine, lorsqu'on diminue beaucoup le X, on augmente un peu le Y ; de même, si on prend un point B proche de l'origine, diminuer beaucoup de Y, c'est augmenter un peu le X. En effet, un individu est prêt à sacrifier une grande part d'un bien X abondant pour obtenir un bien Y rare.

* Deux courbes d'indifférence ne peuvent pas se croiser

Démonstration : si deux courbes d'indifférence pouvaient se croiser et qu'on choisissait un point A(x;y) sur U1 et un point C(x;y') sur U2, et un point B(x';y'') sur U1 et D(x'';y''), avec y>y' et x''>x'. On aurait alors, pour un même X, deux points A et C ou A et préféré à C, on devrait alors avoir B préféré à C car A et B sont sur la même courbe d'utilité. Or, on a pour le même Y deux points B et D où D est préféré à B, on devrait alors avoir C est préféré à B, car D et C sont sur la même courbe d'utilité. On arrive à une contradiction donc deux courbes d'indifférence ne se coupent pas.

* Plus une courbe est éloignée de l'origine, plus la satisfaction est grande.

Démonstration : d'après l'axiome de monotonicité, et d'après le fait que deux courbes d'indifférence ne se coupent pas, c'est vrai.

1. Le taux marginal de substitution (TMS)

Le TMS de X par rapport à Y est égal au rapport des utilités marginales de ces deux biens.

Première loi de Gaussen : si je veux plus d'un bien, je dois renoncer à un autre

$$\frac{U\_{m\_{x}}}{U\_{m\_{y}}}=\frac{dU}{dX}=\frac{-dY}{dX}$$

On mesure la quantité de Y qu'il faut sacrifier pour obtenir une petite quantité en plus de X, tout en gardant la même utilité.

Le TMS peut être défini comme la propension marginale à payer : plus un bien est abondant, moins on va vouloir le payer cher ; moins il est important, plus on va être prêt à le payer cher.

 Biens parfaitement substituables Biens parfaitement complémentaires

Plus la pente de la courbe est forte, plus le TMS est fort.

 Pour le consommateur, son équilibre est atteint quand son taux psychologique d'échange des biens est égal au taux d'objectif d'échange, c'est à dire que le consommateur atteint son équilibre quand le taux auquel il veut échanger les biens les uns avec les autres est égal au taux auquel il le peut.

 Supposons que la quantité de biens consommées X et Y varient, cette modification de consommation entraîne une variation de l'utilité totale éprouvée par le consommateur. On peut considérer que par rapport à la situation initiale, la modification de l'utilité provoquée par la variation de X et de Y :

* le produit de la variation de X par la modification de l'utilité résultant de la variation d'une unité de X, c'est à dire l'utilité marginale de X.
* le produit de la variation de Y par la modification de l'utilité résultant de la variation d'une unité de Y, c'est à dire l'unité marginale de Y.

dU = modif U dx = Δqté consommée = bien X

 dy = Δqté consommée = bien Y

$\frac{δU}{δx}.dx+\frac{δU}{δy}.dy=dU=0$ $\frac{δU}{δx}.dx$: dérivée partielle

$$\frac{δU}{δx}.dx+\frac{δU}{δy}.dy=0⇔\frac{δU}{δx}.dx=\frac{-δU}{δy}.dy⇔\frac{U\_{m\_{x}}}{U\_{m\_{y}}}=\frac{-dY}{dX}$$

III – La contrainte budgétaire

Les courbes d'indifférence formalisent des préférences subjectives individuelles. Elles ne disent rien sur la combinaison optimale. Une courbe d'indifférence formalise de souhaitable mais il faut le confronter au possible, c'est à dire aux contraintes. Il existe généralement deux contraintes principales dont la contrainte budgétaire. C'est à la fois la contrainte du revenu et du temps, elle limite la quantité de biens et de services désirés, elle ne tient pas compte de l'épargne. On étudie alors l'ensemble des paniers de consommation qui peuvent être consommés.

 A) Quel est l'impact de la variation du prix d'un bien sur la contrainte budgétaire ?

Souhaitable mais impossible

Droite budgétaire

R / Px

R / Py

Possible

Mais pas souhaitable

R = qté + prix

R = x.Px + y.Py

Lorsqu'il y a modification du prix d'un bien, il y a modification de la pente de la droite budgétaire.

 B) Quel est l'impact d'une variation du revenu sur la contrainte budgétaire ?

C'est le champ des possibles qui varie, toute chose égale par ailleurs. Le consommateur doit choisir une combinaison possible de biens X et Y en fonction de son revenu. Son revenu dépend de son travail. Les prix sont fixés par l'équilibre entre l'offre et la demande sur le marché des biens et des services. Les prix et les revenus sont considérés comme exogènes, considérés comme des contraintes.

L'hypothèse est que le consommateur utilise tout son revenu, il est rationnel et cherche à maximiser sa satisfaction.

Cette contrainte budgétaire permet de définir une frontière optimum efficace.

 C) Comment définir le point de consommation optimal ?

$$Dépense=R=x.Px+Y.Py⇔R-x.Px=y.Py⇔\frac{R}{Py}-x.\frac{Px}{Py}=y$$

C'est une fonction linéaire où $pente=-\frac{Px}{Py}$ , qui indique la proportion

Le choix de l'individu va porter sur un panier de biens de cette droite.

 D) Les lois de Gaussen

Première loi de Gaussen : si je veux plus d'un bien, je dois renoncer à un autre

$$\frac{-dY}{dX}$$

Deuxième loi de Gaussen : Le consommateur atteint son équilibre lorsque le rapport des Um est égal au rapport des prix.

$TMS=\frac{Umₓ}{Umᵧ}=\frac{(\frac{δU}{δx})}{(\frac{δU}{δy})}=\frac{δy}{δx}=\frac{-Px}{Py}$ donc $\frac{Umₓ}{Umᵧ}=\frac{-Px}{Py}$

Un consommateur qui veut maximiser son utilité alloue sa dépense de manière à ce que l'Um de chaque euro dépensé soit la même pour tous les biens. Tant qu'il y a une Um d'un bien supérieure à une autre, il y a intérêt à consommer une unité de ce bien.

Équilibre du consommateur : à la situation d'équilibre, chaque euro dépensé apporte la même Um.

Chapitre 2 : La courbe de demande

 La théorie microéconomique traditionnelle définit la fonction de demande comme étant une relation entre la quantité optimale demandée d'un bien et les volumes possibles des variables qui la détermine.

I – La fonction de demande

La fonction de demande indique à peu près la quantité qu'un consommateur serait prêt à acheter pour tel ou tel prix : X₁ = f(R, P₁, P₂,...) où R est le revenu nominal et P le prix.

La fonction de demande introduite par Alfred Marshall (fondateur de l'école de Cambridge : professeur de A. Pigou, J.M. Keynes) *Principes d'économie politique*, 1890.

Axiomes :

* le bien demandé est toujours réputé homogène (aucune différence entre les unités de vente)
* Pour un grand nombre de biens, la consommation d'un bien est infiniment divisible, c'est l'axiome de continuité
* le revenu est nominal, c'est à dire qu'il s'agit du montant monétaire que le consommateur alloue à sa dépense
* Le consommateur est preneur de prix : le prix s'impose à lui, il ne peut pas le faire varier, le prix est une variable exogène (ou libre). Idem pour la qualité des biens. Le consommateur est alors dit adaptateur de quantités. [la demande est une consommation ex-ante]

Demande solvable : demande pour laquelle le consommateur à un montant monétaire capable l'absorber. (demande que l'on peut payer).

 Les contraintes de la fonction de demande sont le revenu et le prix. La fonction de demande établie la quantité optimale demandée du bien, c'est à dire que cette fonction vise le meilleur choix du consommateur compte tenu de ses préférences mais aussi de la contrainte budgétaire. Les préférences du consommateur sont alors considérées comme stables, les variables sont donc le prix du bien et le revenu nominal.

 La fonction de demande montre comment a évolué la consommation effectivement constatée de tel ou tel bien en fonction par exemple des différentes valeurs que le prix à pu prendre. La fonction de demande montre quelle serait la consommation optimale de consommateur pour tel ou tel bien en fonction des prix pour ce bien et en fonction de son revenu.

1. De la demande individuelle à la demande globale

Demande individuelle : demande d'un consommateur pour un bien. Quantité d'un bien qu'un consommateur est prêt à acheter pour un prix donné.

qté

prix

5 €

3 u

4 u

Ceur 1

Ceur 2

 0

La courbe de demande globale est égale à la somme des demandes individuelles. Pour un prix donné, la demande globale est l'addition des quantités que tous les consommateurs seraient prêts à acheter.

* + - * 1. Graphique de la fonction de demande

Loi de demande : la quantité demandée est le montant effectif d'un bien ou d'un service qu'un consommateur souhaite acheter à un prix spécifique.

II – Les déplacements de la courbe de demande

 A) Le déplacement de la courbe

Le changement des quantités de demande pour un prix donné provoque un déplacement de la courbe. Par exemple : un facteur démographique, de température, modification des goûts de consommateur, publicité, augmentation du revenu global, variation du prix du bien substituable...

 B) Le déplacement de long de la courbe

Une modification de la quantité demandée qui résulte d'un changement du prix de ce bien entraîne un déplacement le long de la courbe.

Par exemple : le prix des glaces à baissé → augmentation de la quantité demandée

 les consommateurs aiment mieux la glace qu'avant → augmentation de la demande

III – Évolution optimum

 A) Impact d'une variation de revenu sur le consommateur

Évolution de biens normaux

Si le revenu du consommateur varie, la ligne du budget symbolisant le pouvoir d'achat, va se déplacer vers le haut si le revenu augmente et vers le bas si le revenu diminue.

Bien x

Bien y

Sentier d'expansion du revenu ou courbe Revenu/Consommation

Bien normal : bien dont la demande s'accroît avec l’augmentation du revenu. Son élasticité revenu est positive.

Donc la courbe R/C° est le sentier d'expansion du revenu : c'est l'ensemble des points d'optimum lorsque seul le revenu varie.

On est donc ici dans une situation des biens normaux.

Bien A

Bien B

Évolution d'un bien de luxe et de nécessité

Bien de nécessité : quand le revenu augmente, la consommation du bien B augmente, mais de consommation moindre.

On étudie ici les biens normaux où A est un bien de luxe et B un bien de nécessité.

Évolution d'un bien inférieur

Bien A

Bien B

Bien inférieur : bien dont la demande diminue lorsque le revenu s'accroît. Ils ont une élasticité revenu négative

Bien A : bien normal

Bien B : bien inférieur

 B) Impact d'une variation de prix sur le consommateur

 Baisse du prix de X Hausse du prix de X

Bien X

Bien Y

Bien Y

Bien X

C) L'effet substitution et l'effet revenu

Comment sont affectés les paniers optimaux de consommation lorsque les variables qui constituent la contrainte budgétaire se modifient ? Lorsqu'il y a modification du prix d'un bien, il y a des modifications réelles sur le revenu du consommateur :

* effet prix ou effet de substitution
* effet revenu

exemple : le prix du bien Y augmente, donc le prix de Y devient relativement plus élevé que le prix de X. Donc le consommateur à intérêt à substituer du X à Y : c'est l'effet de substitution, qui va toujours en sens inverse de la variation du prix.

Glissement sur la même courbe d'indifférence avec un effet de substitution pure. Cet effet repose sur le fait que l'on garde le même niveau d'utilité mais que l'on change les proportions entre le biens X et le bien Y dans le panier.

 Effet de substitution

Bien Y

Bien X

Alors qu'une baisse des prix de X et Y va générer un déplacement de la droite budgétaire : c'est l'effet de revenu pur, qui dépend :

 Effet revenu

Bien x

Bien y

d'une augmentation de revenu

ou

d'une baisse des prix des deux biens.

 La combinaison d'un effet de substitution et d'un effet de revenu s'observe si les variations des prix ne sont pas compensées.

 Si le prix d'un bien baisse, l'individu rationnel va acheter plus de ce bien et moins d'un autre si les biens en question sont substituables.

 Donc l'évolution de la consommation reflète ces deux effets qui s'ajoutent s'ils jouent dans le même sens. Quand les biens sont complémentaires, si le prix de X augmente, la consommation de Y diminue. Quand les biens sont substituables, si le prix de X augmente, la consommation de Y diminue. Dans ce cas là, l'effet revenu est plus faible que l'effet prix.

Pour les biens normaux, l'effet revenu est positif

Pour les biens inférieurs, l'effet revenu est négatif, leur part dans la consommation des ménages diminue quand le prix augmente.

quantité consommée

Prix de réserve

Surplus du consommateur

Prix fixé par le marché

Le surplus du consommateur est la différence entre ce que le consommateur est prêt à payer et ce qu'il est paye effectivement. Pour les producteurs, le plus intéressant serait que ce surplus n'existe pas.

Prix de réserve : prix maximum que consent à payer le consommateur pour un bien pour la première unité de ce bien.

Chapitre 3 : Élasticité et typologie des biens de consommations

I – Que mesurent les élasticités ?

 L'élasticité mesure la sensibilité, la réactivité d'une variable par rapport à une autre. Elle étudie comment la demande varie quand le prix varie.

L'élasticité permet de mieux comprendre les mécanismes de production et de mieux comprendre les variations du consommateur face à une variation du prix et du revenu. C'est un outil très important pour Bercy pour comprendre ou anticiper l'efficacité de telle ou telle mesure par exemple.

Pour comprendre une courbe d'élasticité :

* le sens de l'observation : l'élasticité de la demande n'est pas la même à la hausse ou à la baisse : le consommateur est plus enclin à augmenter sa consommation qu'à la diminuer.
* La période d'observation : la valeur absolue d'une élasticité n'a pas la même signification selon la période pendant laquelle on l'étudie : au court, au moyen au long terme. Une demande est d'autant plus élastique que à son prix et au prix des autres concurrents que la période de temps est longue.
* Le nombre d'observations : on ne peut pas tirer de conclusions avec une seule observation. Une observation ne suffit pas en elle-même à en tirer une relation causale (elle peut être faussée par des événements accidentels ou occasionnels par exemple). Une longue période permet d'établir une loi tendancielle.

 A) Comment calculer l'élasticité prix de la demande ?

1. Élasticité prix simple

L'élasticité prix simple étudie comment réagit la demande quand le prix du bien varie

$$\begin{array}{c}\frac{\frac{D\_{1}-D\_{0}}{D\_{0}}}{\frac{P\_{1}-P\_{0}}{P\_{0}}}=\frac{\frac{ΔD}{D\_{0}}}{\frac{ΔP}{P\_{0}}}=\frac{ΔD}{ΔP}⋅\frac{P}{D}\\\end{array}$$

Méthode point milieu

Variation infini décimale :

$e\_{{P}/{D}}=\frac{-dx}{dP}⋅\frac{Px}{x}$ou $e\_{{P}/{D}}=\frac{dC}{dP}⋅\frac{Px}{x}$

e = 0

D

Px

e = infini

En fonction des résultats, l'élasticité va être plus ou moins forte. Plus la pente se rapproche de la droite horizontale, plus plus l'élasticité est forte.

L'élasticité est positive : les deux variables évoluent dans le même sens, la demande augmente alors que les prix augmentent → assez rare.

Bien de Giffen (Robert Giffen, XIXème siècle) ou paradoxe de Giffen : entre 1845 et 1849, l'Irlande est frappée par une grande famine (1 million de morts) due à l'arrivée du Mildiou (parasite de la pomme de terre) : il observe que la demande de la pomme de terre augmente alors que son prix augmente (la pomme de terre constituait un aliment de base : pas de biens substituables). Elle prend une part plus importante du budget du consommateur.

Bien de Giffen : lorsque le prix d'un bien varie, la consommation varie en fonction de deux paramètres :

→ la substituabilité des biens entre eux

→ l'effet de la variation du prix sur le pouvoir d'achat

Bien de Veblen (T de Veblen): les biens de luxe : la demande augmente alors que le prix du bien est plus élevé, c'est une consommation dite ostentatoire (effet de démonstration).

Typologie des différentes valeurs possibles de l'élasticité :

|  |  |
| --- | --- |
| e > 0 | Veblen – Giffen |
| e ϵ [ - 1 : 0] | Faible élasticité ΔD < ΔP |
| e < -1 | Forte élasticité ΔD > ΔP |
| e = - 1 | Proportionnel ΔD = ΔP |

 2) Élasticité croisée

L’élasticité croisée de la demande d'un bien se définit par le rapport entre la variation de la quantité d'un bien X et la variation du prix du bien Y.

$$e\_{c}=\frac{\frac{X\_{1}-X\_{0}}{X\_{0}}}{\frac{Py\_{1}-Py\_{0}}{Py\_{0}}}=\frac{\frac{ΔX}{X\_{0}}}{\frac{ΔPy}{Py\_{0}}}=\frac{ΔX}{ΔPy}⋅\frac{Py}{X}$$

Quand le prix d'un bien augmente, la quantité demandée d'un autre augmente.

Si les biens sont substituables, l'élasticité croisée est positive (ex : si le prix du thé augmente, la demande de café augmente).

Si les biens sont complémentaires, l'élasticité croisée est négative (ex du café et du sucre)

Si l'élasticité croisée est nulle, alors les biens sont indépendants.

 La commission européenne travaille beaucoup sur l'élasticité croisée des biens pour contrôler et observer la concurrence.

 B) L'élasticité revenu

L'élasticité revenu se définit par la variation de la demande d'un bien par rapport à la variation du revenu.

$$e\_{r}=\frac{\frac{ΔD}{D\_{0}}}{\frac{ΔR}{R\_{0}}}=\frac{ΔD}{ΔR}⋅\frac{R}{D}$$

Elle mesure l'impact d'une variation du revenu du consommateur sur la demande de tel ou tel bien.

→ Lorsque e ᵣ < 0 : bien inférieur (lorsque le revenu augmente, la consommation de ce type de bien diminue)

→ lorsque e ᵣ < 0 : biens normaux

* e ᵣ < 1 : bien de luxe (la hausse de la consommation de ce bien est supérieure à la hausse du revenu)
* e ᵣ > 1 : biens de nécessité (la hausse de la consommation de ce bien est inférieure à la hausse du revenu, mais elle reste positive)

Chapitre 4 : Illustration, étude statistique de la structure des ménages

 J. Schumpeter (1883 – 1950) dans *L'histoire de l'analyse économique* (1954) c'est une sorte de socio-hisoire de l'analyse économique. Il pense que l'analyse des budgets familiaux doit être quantitative, et se demande comment les familles répartissent leur budget en fonction des différents postes.

 W. Petty  il cherche à trouver les fondements économique sur des données chiffrées pour estimer la demande du blé.

 Mais ce sont vraiment les précurseurs de la sociologie quantitative qui vont relancer ces travaux dès le milieu du XIXème siècle. Il se demandent quel est l'impact du revenu sur la structure de consommation des ménages, est ce qu'une hausse du revenu du ménage entraîne une évolution de la structure de consommation.

Structure de consommation : composition de la consommation, c'est à dire la part que représentent toutes les différentes sortes de bien et services dans la consommation des ménages.

I – La loi d'Engel

Ernst Engel (1820 – 1896) : statisticien très célèbre, c'est l'un des fondateurs de l'ethnographie, il met en évidence de manière quantitative les postes budgétaires pour identifier les consommations des ménages :

* nourriture
* habillement
* chauffage éclairage
* impôts
* outillage et instruments de travail
* éducation
* cultes et loisirs culturels
* santé
* services domestiques

Il distingue trois catégories de familles : les familles assistées (les plus nécessiteuses, qui ont recours à la charité), les familles de travailleurs pauvres (mais qui vivent du fruit de leur travail → les working poors), les familles aisées.

 Le coefficient budgétaire est estimé par le rapport entre les dépenses liées à un poste budgétaire et les somme des dépenses de consommation. Par exemple, pour l'alimentation :

$$coefbudgetaire=\frac{alimentation}{sommedép.C°}$$

Il cherche ensuite une loi générale qui va permettre de caractériser les comportement du consommateur en mettant en relation le revenu des ménages et la proportion des dépenses consacrées à la nourriture. Il met en évidence une **régularité statistique**: « plus un ménage est pauvre, plus sa part consacrée aux dépenses alimentaires est élevée ». Elle met en relation le niveau de revenu et la structure de la consommation (si l'on ne considère pas l'épargne, c'est à dire qu'on considère que 100% du revenu est consommé).

 Cette relation sert à mettre en évidence que les ménages pauvres sont contraints, par les dépenses alimentaires, de réduire leur part de consommation destinée aux autres postes de budget.

L'alimentation serait donc un bien inférieur. Mais aujourd’hui, il y a des produits alimentaires qui peuvent être des produits de luxe. C'est à dire que dans un même poste budgétaire, il peut y avoir différentes élasticités de la demande, pour le même type de bien.

R

Part de l'alimentation dans la structure de la consommation

II – Les prolongements de la loi d'Engel

 Charles Wright, en 1875 (responsable des statistiques sur le travail dans le Massachusetts aux Etats-Unis) étend son travail aux analyses des autres postes budgétaires, alors que E.Engel s'était focalisé sur l'alimentation. Il formule d'autres régularités statistiques et sort d'autres lois d'Engel.

2ème loi d'Engel : la part des dépenses consacrées aux vêtements est à peu près la même quel que soit le revenu.

3ème loi d'Engel : le pourcentage des dépenses relatives au logement, au chauffage et à l'éclairage est invariable quel que soit le revenu (donc l'élasticité est nulle).

4ème loi d'Engel : lorsque le revenu s’accroît, le pourcentage des dépenses diverses (éducation, santé...) s’accroît.

III – Les critiques « des » lois d'Engel

Deux ouvrages de référence de Maurice Halbwachs : *La classe ouvrière et les niveaux de vie (1912)* et  *L'évolution des besoins dans les classe ouvrières*

 Il soumet dans ses ouvrages les lois d'Engel à ses propres données : l'évolution du revenu en lui même à prévoir l'évolution de la structure de consommation des ménages. Il travaille sur des statistiques concernant deux types de salariés : les ouvriers employés à la semaine ou saisonniers, et les employés payés au mois. Il en tire plusieurs paradoxes :

* lorsque le revenu augmente, les ouvriers consacrent une part plus importante de leur budget aux vêtements alors que leur part est stables chez les employés.
* Lorsque leur revenu augmente, les employés consacrent une part croissante au logement alors que leur part est stable chez les ouvriers.

 Il montre que si le besoin de logement ne s'est pas développé chez les ouvriers, c'est que « le goût de la famille n'est pas devenu assez fort », « l'ouvrier n'a pas trouvé dans le sentiment profond l'importance de l'intérieur domestique, un principe au nom duquel il aurait groupé ses besoins en niveau de vie défini ».

 En 1906, la nourriture représente chez les familles ouvrières 62%, le logement 16%, les vêtements 8%, le chauffage et éclairage 5%, le mobilier 3%, les transports 2%, les médicaments 1%, le tabac 1%, et divers 2%.

 Selon lui, la « **sociabilité ouvrière** » s'inscrit principalement dans les lieux publics (cafés, rue...), à l'extérieur des logements, ce qui incite à cultiver la présentation de soi, l'apparence, et non pas son intérieur. D'où la part très importante des vêtements dans la structure de consommation ouvrière. Cette importance de l'apparence physique se retrouve notamment dans la littérature de l'époque (Zola, Balzac, Flaubert...).

 On retrouve également aujourd’hui cette « sociabilité » ouvrière : une sociabilité plus extérieure que l'employé.

 L'employé va soigner son intérieur et il l'exprime par l'achat de nouveau mobilier, par des déménagements. Paul-Henri Chombard de Lauwe explique que chez les ouvriers, le lieu de rencontre, de sociabilité, n'est pas le logement, il est souvent trop petit et peu propice aux invitations, on ne s'invite donc pas les uns les autres, mais on se retrouve au café, dans la rue... Tandis que l'employé va chez soi, dans un cadre plus intime et va soigner son intérieur, va valoriser sa famille. L'employé aspire à un espace de vie fermé, privé, à une certaine forme de bourgeoisie, ou en tout cas de la représentation qu'il s'en fait.

 A budget identique, la part des dépenses est différente entre les employés et les ouvriers en fonction de leurs « valeur » différentes. Ces représentations font qu'à revenu égal, quelqu'un issu de la ruralité en dépensera pas de la même façon que quelqu'un de la ville. Un ouvrier n'alignera jamais son mode de vie sur celui d'un cadre. Si l'ouvrier gagne autant qu'un cadre, il n'aura pas la même structure de consommation. Dans la notion de carde, il y a aussi différentes distinctions.

 L'aisance matérielle augmente l'éventail des choix, y aurait-il une individualisation des pratiques de consommation ?

IV – Va-t-on vers une uniformisation de la consommation ?

 P. Bourdieu (sociologue français, professeur au Collège de France et à l'ENS) montre que la différence entre la bourgeoisie et la classe ouvrière ne se situe pas dans les moyens financiers mais dans l'influence exercée les uns sur les autres. La classe populaires reconnaissent pour légitime les pratiques de consommation des classes bourgeoises et aspire à avoir une consommation qui leur ressemble mais qu'ils n'arrivent pourtant pas à atteindre. « Les classes populaires reconnaissent pour légitime de boire du champagne mais boivent du mousseux ».

 Cette consommation qui se substitue au rabais est l'indice d'une dépossession de la classe ouvrière qui se laisse imposer la définition des biens dignes d'être possédés. C'est la classe bourgeoise qui impose les goûts : violence symbolique. De plus, Bourdieu fait une distinction entre la petite et la haute bourgeoisie, le goût « légitime » se distingue du goût « moyen » et du goût « populaire ». Il prend l'exemple de la musique classique : *Le Clavecin tempéré* est préféré par les professeurs de grandes écoles et d'université, les *Rhapsody in blue* est préféré par les techniciens, le *Danube bleu* est préféré par les ouvriers. **Les goûts sont socialisés**.

 Il en va de même sur la consommation alimentaire. En fonction de la catégorie socioprofessionnelle, on attend une silhouette particulière, une apparence particulière, des goûts particuliers...

 L'économie s'est emparée des résultats d'Engel qui met en relief un consommateur rationnel qui cherche à maximiser l'utilité qu'il tire de son panier de consommation. Ses buts sont supposés déterminés hors du champ de l'économie, et ses pratiques hors du champ du revenu.

 La microéconomie depuis les théories économie standard a connu de nombreux développements : on a relâché l'hypothèse de l'économie standard en prenant en compte le temps, l'incertitude, pour proposer une analyse satisfaisante. La sociologie s'est aussi intéressée à l'homo œconomicus en passant à l'homo sociologicus de R. Boudon. Ce sont les revenus et les prix relatifs qui fondent la consommation, mais les habitudes acquises au cours du processus de socialisation, les normes et les valeurs, les pratiques sociales classent les individus.

Chapitre 5 : La maximisation de l'utilité dans le temps,

 les choix inter-temporels du consommateur

 Avant, on a considéré que le consommateur dépensait son revenu à un temps t fixe, ce qui limitait l'horizon économique. On relâche maintenant cette hypothèse de temps statique pour voir que le consommateur peut chercher à maximiser son utilité dans le temps : ne pas dépenser au cours de chaque période la totalité de son revenu.

 $E\_{1}=R\_{1}-C\_{1}$ Où $E\_{1}$est l'épargne au temps 1

 L'individu ne cherche pas à faire fortune : il ne veut pas tout épargner, ce qu'il n'a pas dépensé à la période 1 sera dépensé à la période 2. Le consommateur n'a pas d'épargne préalable. Il prévoit avec précision le montant de son revenu annuel.

 On note i le taux d'intérêt. Si le consommateur effectue des prêts, les montant de ses créances augmentera de i chaque année. S'il contracte des emprunts, le montant de ses dettes augmentera de i chaque année. Au total : $\begin{array}{c}R=R\_{1}+R\_{2}+(R\_{1}-C\_{1})=C\_{1}+C\_{2}⋅i\\R\_{1}(1+i)+R\_{2}=C\_{1}(1+i)+C\_{2}\end{array}$

Ces différentes équations expriment une relation nécessaire entre le revenu et les consommations des deux années.

10 000 x (1,2) + 5 000 = 17 000

C2

5000 €

10 000

15 000

i = 0

15 000

14 167

R

17 000

(1 + i) x (17 000 / 1,2) = 14 167 €

4 167 x 1,2 = 5 000€

pente = - (1 + i)

si i = 30% la pente est de - 30%

C2 = C1 x (1 + i ) + r (où r est le reste)

C1

Il y a aussi un concept de préférence temporelle

II – Courbes d'indifférence temporelle et concept de préférence temporelle

Comment le consommateur peut-il maximiser son utilité ?

Deux questions auxquelles il faut répondre :

* comment le consommateur doit-il répartir ses dépenses totales de consommation entre les différentes périodes envisagées afin de maximiser son utilité, et de dégager la plus grande utilité dans le temps ?
* au sein de chaque période, comment le consommateur doit-il répartir la dépense de consommation préalablement déterminée entre les différents produits désirés ?

 C'est seulement quand la première question a été tranchée que le consommateur peut se poser la 2ème question pour pouvoir déterminer la somme qu'il peut dépenser au cours de chaque période pour déterminer sa droite budgétaire.

Comment il peut maximiser son utilité ou répartir sa consommation entre l'année 1 et l'année 2 en gardant la même utilité.

La courbe d'utilité nous donne ici le même niveau de satisfaction dans le temps.

U = f(C1, C2...)

Le consommateur est prêt à consommer un peu moins aujourd'hui pour consommer plus demain.

Le taux de substitution temporel mesure de combien d'unité la consommation au temps 2 doit être augmentée pour compenser le sacrifice de la consommation au temps 1

$TST=-\frac{dC\_{2}}{dC\_{1}}$

C1

C2

 Un report de consommation de l'année 1 à l'année 2 ne modifiera en rien la satisfaction éprouvée car la réduction de consommation de l'année 1 sera exactement compensée par l'augmentation de la consommation l'année 2.

 **Le consommateur a tendance à préférer les consommation immédiates aux consommation futures.** Le consommateur est donc incité à déprécier le futur et il a une certaine impatience qui se traduit par le fait qu'il préfère par exemple faire une dépense de 1 000€ à l'année 1 que de consommer 1000 € l'année 2. Plus cette impatience est forte plus il est nécessaire d'augmenter la consommation en 2 pour compenser une diminution de la consommation en 1, alors que le niveau de consommation du consommateur demeure constant.

 Un taux de substitution dans le temps mesure en fait cette préférence pour le présent : plus les dépenses en C1 sont importantes, plus le consommateur est prêt à remettre à plus tard sa consommation, et donc plus sa préférence pour le présent se réduit.

On peut calculer le taux de préférence pour le présent comme$t=\frac{-dC\_{2}}{dC\_{1}}-1=i$

C1

C2

t = i

 i < t

 i > t

III – la maximisation de la fonction d'utilité

i > t : Le sacrifice que le consommateur fait aujourd'hui sera plus que compensé demain.

i < t : Le sacrifice que le consommateur a fait aujourd'hui est supérieur à sa compensation future.

Le fait que le taux d'intérêt augmente :

C1

C2

Augmentation du taux d'intérêt

i

Effet substitution

Effet revenu

* le consommateur reporte sa consommation en t2 ( i > t ).
* permet de mieux rémunérer l'argent non dépensé → effet revenu (placement de l'argent)

Si on a une modification des prix à la hausse ou à la baisse, est ce que ça modifie la structure de la consommation, ou les dépenses du consommateur ?