

La coordination par le marché

DISCIPLINE : Sciences économiques et sociales
NIVEAU : Première ES

Liens avec les programmes scolaires :

- La coordination par le marché
 - Qu'est-ce qu'un marché ?
 - Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?
 - Comment les marchés imparfairement concurrentiels fonctionnent-ils ?
 - Quelles sont les principales défaillances du marché ?

Concepts / Mots-clés :

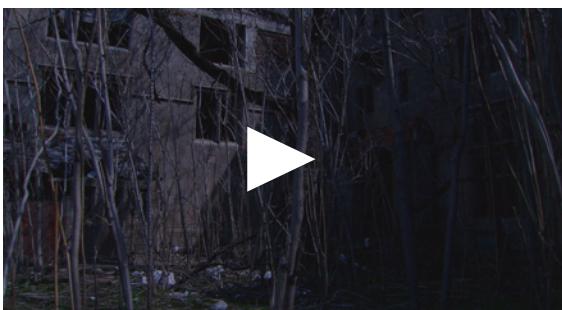
Droits de propriété, offre et demande, allocation des ressources, pouvoir de marché, monopole, externalités, biens collectifs, brevets, biens publics.

Objectifs / Compétences :

- Comprendre le fonctionnement d'un marché.
- Analyser une des principales stratégies mises en œuvre par les entreprises afin de maintenir leur pouvoir de marché.
- Identifier les différentes défaillances de marché.

La coordination par le marché

1



À L'HEURE DE LA BIORAPTERIE, UN NOUVEAU REGARD SUR LE RÉGIME DE PROPRIÉTÉ INTELLECTUELLE

Le Monde selon Stiglitz
Extrait 1'04'00 - 1'08'17

La biopiraterie est l'une des conséquences de l'existence d'un marché de la propriété intellectuelle déséquilibré.

Après avoir brièvement rappelé l'intérêt de la mise en place de brevets, Joseph E. Stiglitz interroge le téléspectateur sur l'appropriation par les grandes entreprises de certains biens publics comme les gènes et prône la redéfinition d'un système de propriété intellectuelle plus juste qui permettrait de protéger les connaissances dans les pays en développement.

La connaissance doit être pensée comme un bien public.

2



LE MARCHÉ DU SABLE, UN MARCHÉ EN PLEINE EXPANSION

Le sable : enquête sur une disparition
Extrait 2'02 - 15'38

Le sable est une particule élémentaire qui constitue un des principaux fondements de notre développement moderne.

Le marché du sable se trouve en pleine expansion.

Les offreurs de sable n'ont pas été touchés par la crise internationale et ils pronostiquent même une augmentation constante de la demande.

Le sable est ainsi omniprésent dans la vie quotidienne des individus qui le consomment en permanence.

La coordination par le marché

3



LE NEUROMARKETING, UNE STRATÉGIE QUI SE DÉVELOPPE PARMI LES ENTREPRISES AFIN D'ACCROITRE LEUR POUVOIR DE MARCHÉ

Xenius - Marketing : pourquoi achetons-nous ?
Vidéo intégrale

Xenius plonge dans le monde de la consommation des produits de base en étudiant le neuromarketing au sein des grandes enseignes.

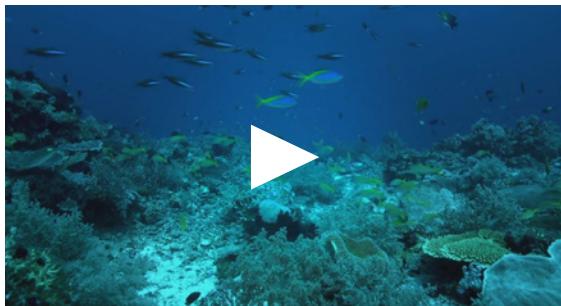
Deux tiers des décisions d'achat s'effectuent réellement à l'intérieur du supermarché lui-même.

Mais comment ces espaces parviennent-ils à procurer de tels sentiments chez le consommateur, court-circuitant la raison pour stimuler l'envie et la pulsion ?

Quels processus se déroulent dans le cerveau lors des achats ? Et qu'en est-il du « supermarché du futur », connecté, robotisé et avec un pouvoir toujours plus fort sur nos cerveaux ?

Pour répondre à ces questions, les présentateurs de Xenius, se sont rendus dans un supermarché en Suisse afin d'étudier les comportements des consommateurs.

4



LES EFFETS EXTERNES ENGENDRÉS PAR LE COMMERCE DU SABLE

Le sable : enquête sur une disparition
Extrait 16'12 - 19'37

Après l'eau et l'air, le sable est la ressource la plus utilisée au monde.

L'exploitation de cette ressource provoque un certain nombre d'effets en chaîne : l'extraction du sable par le dragage, notamment sous-marin provoque la destruction d'une certaine biodiversité de certaines îles.

Ce processus couteux développé par les entreprises afin d'augmenter leur pouvoir de marché engendre ainsi des répercussions en chaîne dont les effets sont visibles au-delà des fonds marins.

Cette vidéo questionne les principales défaillances de marché en Indonésie.

La coordination par le marché

PISTES POUR EXPLOITER LES VIDÉOS

Ces vidéos ont été sélectionnées pour répondre aux questionnements suivants :

Qu'est-ce qu'un marché ? Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?

Comment les marchés imparfairement concurrentiels fonctionnent-ils ?

Quelles sont les principales défaillances du marché ?

Quelques activités pour une séance d'1 heure :

- Pour mettre en application le questionnement « qu'est-ce qu'un marché ? », **l'extrait n°1** peut être visionné afin d'approfondir la notion de brevet. Il pourra ainsi être demandé à l'élève de remplir un tableau comparatif avantages / inconvénients de la propriété intellectuelle dans un contexte de biopiraterie.
Il est également possible de poursuivre la réflexion par un débat interrogeant le bien-fondé des brevets sur les médicaments.
- **L'extrait n°2** peut permettre d'illustrer les notions d'offre, de demande et de marché concurrentiel dans le cadre du marché du sable.

Activité 1 : identifier le bien échangé, l'échelle du marché, les offreurs et les demandeurs.

Activité 2 : à partir des cinq hypothèses de la concurrence pure et parfaite, établir un diagnostic pour le marché du sable.

• **L'extrait n°3** constitue dans son intégralité un support très intéressant pour présenter et analyser avec les élèves les stratégies mises en place par les entreprises pour augmenter leur pouvoir de marché.

Cette activité a pour objectif de définir le neuromarketing et de soulever ses enjeux au sein d'un marché imparfairement concurrentiel.

• Afin d'illustrer la notion d'externalité, **l'extrait n°4** peut être visionné.
Elle rend compte d'une des principales défaillances de marché au travers du cas pratique de l'Indonésie.

Activité proposée : annoter l'extrait sur Educ'ARTE, en identifiant les différentes externalités.