

## Textes et applications

### Première partie : Un premier aperçu

#### Chapitre 1: La rareté, les besoins et les biens économiques

##### 1. Euro : des consommateurs méfiants<sup>18</sup>

###### Euro : des consommateurs méfiants

**Le grand marché couronné par l'euro devait profiter au consommateur ; la ménagère européenne ne semble pas s'en être aperçu.** En intensifiant la concurrence entre producteurs européens, la monnaie unique promettait en effet des baisses de prix et donc des gains de pouvoir d'achat. Malheureusement, depuis que l'euro est dans nos poches (1er janvier 2002), les consommateurs perçoivent une nette accélération des prix, qui n'est étrangement pas enregistrée par les indices calculés par les offices statistiques. C'est que *"les prix qui augmentent le plus sont ceux des biens et des services de consommation courante, dont l'achat est le plus fréquent. On achète plus rarement des biens durables"*, explique Agnès Benassy-Quéré. Or, c'est cette seconde catégorie de biens dont les prix baissent sous la pression de la concurrence internationale. La perception déformée des prix résulte sans doute aussi de la stagnation des salaires réels en Europe depuis l'arrivée de l'euro dans nos porte-monnaie.

- a. Commentez l'évolution des prix pour les biens durables et pour les biens non durables.
- b. Donnez deux exemples de biens durables qui ont connu des baisses de prix.

---

<sup>18</sup> Alternatives économiques, numéro 239, 09/2005

## 2. La valeur de l'art<sup>19</sup>

[...] L'oeuvre **d'art**, unique et originale, se distingue des biens marchands reproductibles. La **rareté** fonde à la fois sa **valeur artistique** et sa **valeur économique**. Le degré de rareté des oeuvres segmente différents marchés de l'art.[...]

" Un jour viendra, **écrivait Vincent Van Gogh à son frère Théo**, où l'on verra que cela vaut plus que le prix de la couleur. " Un siècle plus tard, en 1990, son Portrait du docteur Gachet partait en vente publique à 82,5 millions de dollars. [...]

Aujourd'hui encore, bien des tableaux se vendent sur la base de leur coût de production. C'est le cas des oeuvres destinées à répondre à la demande décorative d'un large public, généralement peu versé en histoire de l'art. Ici, le prix dépend au premier chef de la taille de la toile et de la durée de travail requise. La signature ne compte guère. L'artiste se rapproche de l'artisan, dans la valorisation économique du travail, comme dans les qualités attendues du produit (un tableau " bien peint " comme on dit). [...] L'offre y est abondante et les tableaux sont considérés comme relativement interchangeables. Ce marché se rapproche donc des conditions concurrentielles " normales ". [...]

a. Expliquez la phrase suivante :

« *Le degré de rareté des oeuvres segmente différents marchés de l'art.* »

b. Décrivez le marché des tableaux qui se vendent à leur prix de production.

---

<sup>19</sup> Alternatives économiques, numéro 220, 12/2003

### 3. Consommation : une distinction bien dissimulée<sup>20</sup>

[...] Le développement économique qu'a connu la France depuis près d'un demi-siècle a entraîné une hausse considérable de la consommation des ménages. Entre 1959 et 1994, le pouvoir d'achat a été multiplié par 3,3. Les Français consomment donc plus, mais aussi autrement. Certaines dépenses ont pris une place importante (la santé, le logement), tandis que d'autres ont vu leur part reculer dans le budget des ménages (l'alimentation).

En théorie, les ménages satisfont d'abord leurs besoins primaires, puis les besoins moins essentiels, et ainsi de suite, jusqu'au superflu. C'est dans cet esprit que le statisticien Ernst Engel a formulé au siècle dernier des lois statistiques censées mettre en évidence la hiérarchie des besoins des consommateurs. La plus célèbre de ces lois énonce que la part des dépenses d'alimentation recule lorsque le revenu s'accroît. [...]

La justification de l'énoncé d'Engel est intuitive : chaque individu ne possède qu'un estomac et il ne peut donc accroître indéfiniment les quantités qu'il ingère. C'est pourquoi, quand ses ressources augmentent, il consacre de préférence son surplus de revenu à d'autres postes. Ce phénomène de saturation ne s'observe pas seulement pour l'alimentation, mais aussi dans d'autres domaines comme l'habillement ou l'électroménager. [...]

- a. Comment s'appellent les besoins que les ménages satisfont d'abord ?
- b. Donnez des exemples de besoins primaires et de besoins secondaires dans le domaine de l'électroménager.

---

<sup>20</sup> Alternatives économiques, numéro 164, 11/198

## Chapitre 2 : Les acteurs économiques et le circuit économique

### 1. Les services financiers<sup>21</sup>

<b>Services financiers</b>				
<b>Banques</b>				
(Situation au 31.12)				
	1990	2000	2005	2006
Nombre d'établissements	177	202	155	156
Personnes occupées	16335	23035	23224	24752
	en milliards d'EUR			
Somme des bilans	309.4	647.7	792.4	839.6
Créances au total	260.9	446.4	552.5	579.2
Créances sur les banques	186.8	317.3	405.9	417.9
Créances sur la clientèle	74.1	129.1	146.6	161.3
Dépôts au total	269.7	521.4	641.6	682.9
Dépôts de banques	145.3	297.7	386.0	386.1
Dépôts de clientèle	124.4	223.7	255.6	296.8
Résultat net après impôts	0.5	2.4	3.5	5.7

- Analysez l'évolution du résultat net après impôts. Que remarquez-vous ?
- Comparez ces augmentations du résultat avec le nombre de personnes occupées. Que constatez-vous ?

<sup>21</sup> Le Luxembourg en chiffres 2007, STATEC

## 2. La stabilité des prix : Pourquoi est-elle importante pour vous ?<sup>22</sup>

### **La stabilité des prix est très utile pour la croissance économique et l'emploi ...**

- **... car elle permet de comparer facilement les prix**

Quand les prix sont stables, il est plus facile de comparer les prix et donc de choisir tel produit ou tel service.

Lorsque les prix sont stables, vous savez tout de suite si le prix du jean le plus à la mode a augmenté par rapport à celui du tout dernier modèle de baskets. En tant que consommateur, vous pouvez ainsi gérer au mieux votre argent en faisant le bon choix.

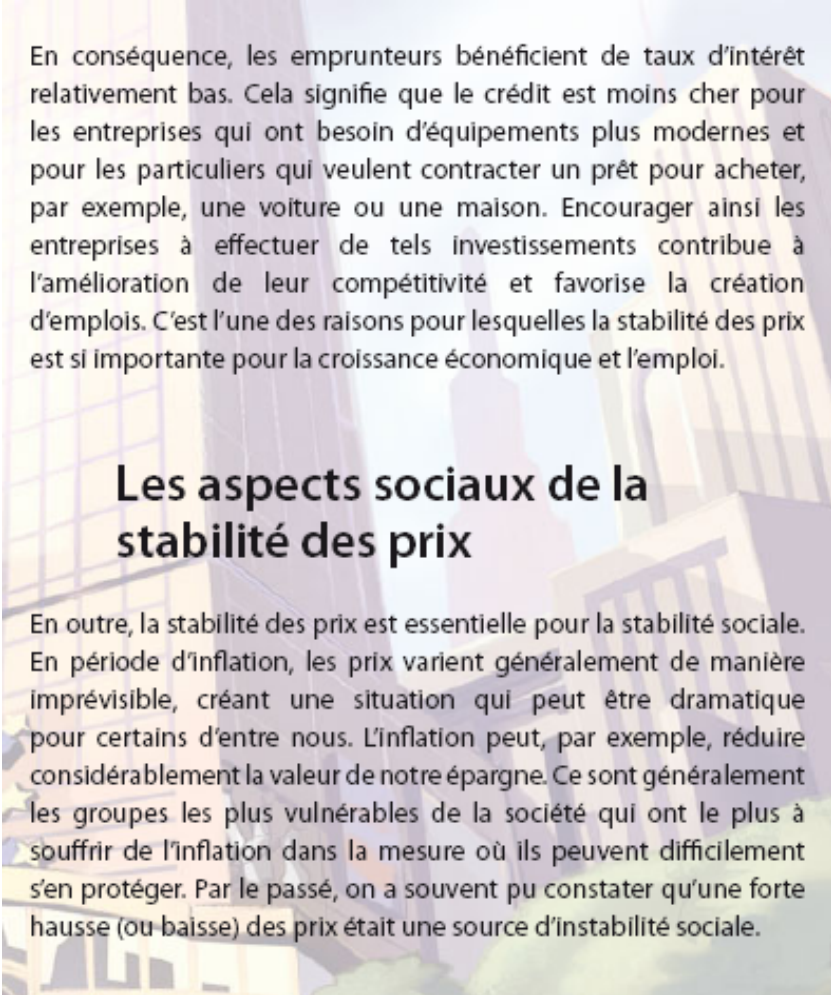
De la même manière, les entreprises disposent des informations dont elles ont besoin pour prendre leurs décisions d'investissement. Elles peuvent donner à leurs ressources l'affectation la plus productive, ce qui accroît le potentiel de production de l'économie.

En période d'inflation (ou de déflation), les prix des biens enregistrent continuellement des variations de forte ampleur, qui sont imprévisibles. En conséquence, il est difficile d'estimer si un changement de prix rend un produit plus cher ou moins cher qu'un autre. Les entreprises et les consommateurs risquent alors de se tromper sur la signification des variations de prix et de prendre une mauvaise décision lors d'un achat, ce qui entraîne une utilisation inefficace des ressources.

- **... car elle réduit le coût des crédits**

Lorsque les prix sont stables, les épargnants et les prêteurs acceptent des taux d'intérêt moins élevés sur leur épargne, car ils s'attendent à ce que leur épargne conserve sa valeur sur une longue période. Dans le cas contraire, ils s'assureraient contre les incertitudes affectant la valeur future de leur argent en exigeant un taux d'intérêt plus élevé sur leurs placements ou leurs prêts.

<sup>22</sup> [www.ecb.int](http://www.ecb.int)



En conséquence, les emprunteurs bénéficient de taux d'intérêt relativement bas. Cela signifie que le crédit est moins cher pour les entreprises qui ont besoin d'équipements plus modernes et pour les particuliers qui veulent contracter un prêt pour acheter, par exemple, une voiture ou une maison. Encourager ainsi les entreprises à effectuer de tels investissements contribue à l'amélioration de leur compétitivité et favorise la création d'emplois. C'est l'une des raisons pour lesquelles la stabilité des prix est si importante pour la croissance économique et l'emploi.

## Les aspects sociaux de la stabilité des prix

En outre, la stabilité des prix est essentielle pour la stabilité sociale. En période d'inflation, les prix varient généralement de manière imprévisible, créant une situation qui peut être dramatique pour certains d'entre nous. L'inflation peut, par exemple, réduire considérablement la valeur de notre épargne. Ce sont généralement les groupes les plus vulnérables de la société qui ont le plus à souffrir de l'inflation dans la mesure où ils peuvent difficilement s'en protéger. Par le passé, on a souvent pu constater qu'une forte hausse (ou baisse) des prix était une source d'instabilité sociale.

- a. Expliquez les deux avantages économiques principaux de la stabilité des prix.
- b. Les aspects sociaux de la stabilité des prix :  
Pourquoi est-ce que ce sont généralement « *les groupes les plus vulnérables de la société* » qui souffrent le plus de l'inflation ?

## Chapitre 3 : L'offre et la demande

### 1. Gute Verkäufer müssen wie gute Liebhaber sein<sup>23</sup>

#### "Gute Verkäufer müssen wie gute Liebhaber sein"

**Warum geht bei Beratung und Service so viel schief? Vielleicht, weil Verkäufer ihre Kunden nicht richtig lieb haben, meint der Schweizer Vertriebstrainer Daniel Zanetti. Im Interview erklärt er, warum Nähzeug, Handyaufladegeräte und zwei Kilo Orangen den Unterschied machen. [...]**

**Sie bringen Dienstleistern bei, ihre Kunden nicht einfach nur nett zu behandeln, sondern zu "verblüffen". Was meinen Sie damit?**

Im Wesentlichen geht es darum, mit wenig Aufwand eine große, nachhaltige Wirkung zu erzielen. Dafür muss ich mir überlegen: Wie kann ich die Erwartungshaltung meines Kunden übertreffen? Das ist nicht schwer, denn Kunden erwarten aus Erfahrung erst mal nichts Außergewöhnliches.

**Und wie funktioniert diese Verblüffung konkret?**

Ich gebe Ihnen mal ein Beispiel: Wenn Dienstleister einem Kunden absagen müssen, dann sollten sie das mit einer besonderen Aktion wieder wettmachen. Ich empfehle ein handgeschriebenes Kärtchen, dazu ein schöner Kompass in einer Schachtel. Auf dem Kärtchen steht: "Liebe Frau Müller, vielen Dank, dass Sie bei uns angefragt haben. Leider hat es dieses Mal nicht geklappt. Damit Sie immer den Weg zu uns zurückfinden, schenken wir Ihnen diesen Kompass." Da merken Sie als Kunde: Es war diesem Unternehmen nicht egal, ob Sie Kunde werden oder nicht. [...]

**Erwartet ernsthaft jemand Glücksgefühle beim Einkaufen?**

Wir sind heute in den Unternehmen auch dazu da, Streicheleinheiten an die Kunden zu verteilen, Zärtlichkeiten zu geben. Viele Menschen werden zu Hause nicht mehr in den Arm genommen. Die sehnen sich nach einem tollen, warmen, emotionalen Erlebnis. Das kann ihnen auch eine Verkäuferin geben, die sich so liebevoll um sie kümmert wie um den wichtigsten Kunden der Welt.

**Solche Erlebnisse kosten Geld - Sie erwähnten vorhin den Kompass. Können sich kleinere Unternehmen solche Aktionen überhaupt leisten?**

Ich könnte Ihnen Dutzende von Beispielen geben, die nichts kosten, die rein mit dem Verhalten zu tun haben. Ich habe früher als Kellner gearbeitet, und wenn ich zwischendurch ein bisschen Zeit hatte, habe ich geschaut, bei welchen Mänteln an der Garderobe der Aufhänger abgerissen war. Den habe ich dann schnell angenäht. Sie glauben ja nicht, was die Leute an Trinkgeld geben, wenn sie das entdecken. Sechs Monate später erinnern sie sich nicht mehr an das 420-Euro-Essen zu zweit, sondern nur noch an den Kellner, der ihnen den Mantel genäht hat. Was sagt Ihnen das? Als Dienstleister sind Sie in erster Linie Wohlfühlmanager. [...]

*Mit Daniel Zanetti sprach Britta Domke, Redakteurin des Harvard Businessmanagers.*

---

<sup>23</sup> [www.spiegel.de](http://www.spiegel.de), 28/12/2007

- a. Monsieur Zanetti conseille aux vendeurs de se différencier de la concurrence en offrant un service de qualité parfaite. Quelles sont les petites astuces citées ?
- b. Si vous étiez serveur dans un restaurant, quels seraient vos atouts pour stimuler la demande ?

## 2. Le pétrole en Afrique<sup>24</sup>

### **Le pétrole en Afrique**

**Les pays africains deviennent de plus en plus des pays producteurs de pétrole.** Le constat est surtout avéré pour plusieurs pays du Golfe de Guinée, grâce aux avancées technologiques qui permettent l'exploitation de gisements dans *l'offshore* profond. Bien qu'elle ne représente que 4,8 % des réserves mondiales de pétrole et 6,2 % de la production, la région apporte les barils " marginaux " qui contribuent d'autant plus à influencer les cours mondiaux que l'offre est tendue.[...]

- a. Expliquez le terme « *offshore* ».
- b. Décrivez l'effet de la production africaine sur les cours mondiaux du pétrole ?

---

<sup>24</sup> Alternatives économiques, numéro 249, 07/2006



### 3. Les prix : ni plus ni moins<sup>25</sup>

#### Le prix : ni plus ni moins

Il y a dans le prix d'un bien quelque chose de magique et de désespérant. « Un jour, dit Léon Walras dans *Éléments d'économie politique pure* (1874), le blé vaut 24 francs l'hectolitre. Remarquons d'abord que ce fait a le caractère d'un fait *naturel*. » Cet aspect *naturel* du prix du blé est lié au fait qu'il ne dépend ni de la volonté du vendeur ni de la volonté de l'acheteur. « Le vendeur voudrait bien le vendre plus cher; il ne le peut, parce que le blé *ne vaut pas plus*, et que, s'il ne voulait le vendre à ce prix, l'acheteur trouverait à côté de lui un certain nombre de vendeurs prêts à le faire. L'acheteur ne demanderait pas mieux que de d'acheter à meilleur marché; cela lui est impossible, parce que *le blé ne vaut*

*pas moins*, et que, s'il ne voulait acheter à ce prix, le vendeur trouverait à côté de lui un certain nombre d'acheteurs disposés à y consentir [...]. Le prix du blé était hier de 22 ou 23 francs [...], il sera demain de 25 ou 26 francs; mais aujourd'hui, et pour l'instant, il est de 24 francs, *ni plus ni moins*. » Quiconque peut réfléchir sur l'aspect changeant si ce n'est volage du prix. Le prix du pétrole était, il y a quelque temps, de 40 dollars le baril, demain il sera peut être de 200 dollar le baril. L'acheteur peut rêver du prix d'hier et le vendeur du prix, éventuel, de demain. Aujourd'hui le pétrole vaut ce qu'il vaut. Ni plus ni moins.

- a. Léon Walras a décrit le prix du blé comme un fait qui a « le caractère d'un fait *naturel*. ». Expliquez.
- b. Pourquoi l'acheteur rêve-t-il du prix du pétrole d'hier et le vendeur du prix du pétrole de demain ?

<sup>25</sup> Musolino M., 2007, *L'économie pour les nuls*, page 113, Editions First, ISBN 978-2-7540-0321-6

## Chapitre 4 : Le fonctionnement du marché

### 1. Matières premières : l'échec de la stabilisation des cours<sup>26</sup>

#### Matières premières : l'échec de la stabilisation des cours

[...]Les énormes fluctuations des cours des matières premières s'expliquent par la structure de ces marchés, mais elles nuisent au développement des pays producteurs. D'où les tentatives pour stabiliser les prix.

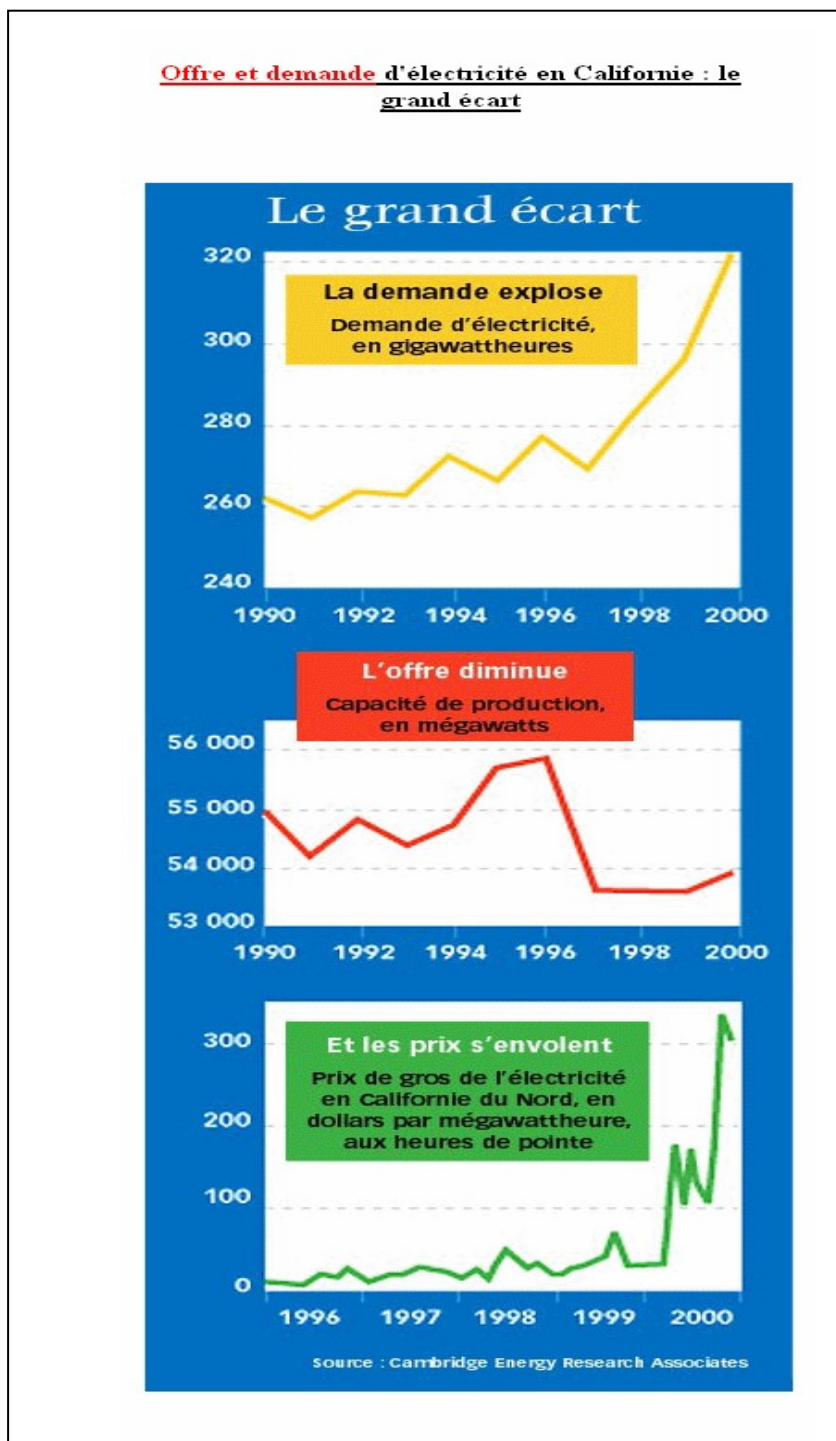
Avec une cotation oscillant entre 0,05 et 0,11 dollars, la livre de sucre n'a guère cessé de jouer au Yo-yo entre 1999 et 2005. Cas aberrant ? Pas du tout. Ferrailles, cuivre, platine, jute, coton, caoutchouc, pétrole..., sont logés à la même enseigne, celle de l'instabilité des cours. Conséquence pour les pays producteurs : les revenus s'envolent les années de vaches grasses, mais ils s'effondrent les années de vaches maigres. Ainsi, en Algérie, les logements poussent partout quand le prix du baril de pétrole monte, ils s'arrêtent quand il baisse. Aussi, les efforts ont-ils été nombreux pour tenter de stabiliser ces énormes fluctuations. Sans succès au bout du compte.

Pourquoi une telle instabilité ? [...] La plupart des produits de base sont peu " élastiques " aux prix : lorsque les cours augmentent, suite à une demande accrue ou du fait d'une offre insuffisante, il faut du temps pour que la production s'ajuste à la hausse : le temps d'une nouvelle récolte ou de mettre en oeuvre de nouveaux investissements. A l'inverse, lorsque les prix baissent, les producteurs ont du mal à freiner leur production, parfois même ils l'augmentent pour tenter de maintenir leurs recettes. Un puits de pétrole, par exemple, a nécessité d'importants investissements qu'il faut amortir. Si les prix baissent, le producteur n'aura pas intérêt à réduire sa production : mieux vaut continuer de pomper, même s'il vend moins cher, car moins il produit, plus il doit amortir ses investissements passés sur un petit tonnage, donc plus cela lui coûte cher par tonne extraite. Quant à la demande, elle est également peu élastique. Ainsi, le doublement du prix du pétrole depuis deux ans n'a entraîné qu'un léger ralentissement de la demande.

<sup>26</sup> Alternatives économiques, numéro 236, 05/2006

- Expliquez le lien entre l'offre inélastique des matières premières et l'instabilité des prix.
- Pourquoi le producteur de pétrole ne réduit-il pas sa production lorsque les prix diminuent ?

## 2. Offre et demande d'électricité en Californie : le grand écart<sup>27</sup>



<sup>27</sup> Alternatives économiques, numéro 191, 04/2001

- a. Expliquez l'augmentation du prix de l'énergie en Californie.
- b. Proposez des solutions pour diminuer le prix de l'énergie.

### 3. Monopole : Microsoft et le pouvoir de convaincre<sup>28</sup>

#### Monopole : Microsoft et le pouvoir de convaincre

A l'aide de son énorme trésor de guerre, Microsoft continue son travail de sape pour éviter une condamnation par la justice européenne. Après un compromis " historique " avec Sun Microsystems, qui réglait le vieux litige entre les deux ennemis jurés, moyennant 1,9 milliard de dollars, et un autre accord avec Time Warner pour 750 millions, c'est le CCIA, un groupe d'industriels, et surtout Novell (536 millions) qui ont enterré la hache de guerre avec le numéro un des logiciels. Avec ces compromis amiables, Microsoft espère éviter toute jurisprudence néfaste et l'amende de 497 millions d'euros que lui a infligée la Commission pour abus de position dominante. Dans cette affaire, bientôt jugée en appel, la Commission reproche en effet à Microsoft d'avoir profité de la livraison de son système d'exploitation Windows pour imposer son lecteur multimédia sur tous les ordinateurs PC qui en sont équipés. Des cinq concurrents ayant participé à l'instruction du dossier, seul Real Networks n'a pas fait la paix avec Microsoft et continue de soutenir la Commission.

- a. Qu'est-ce que la Commission européenne reproche à Microsoft ?
- b. Décrivez la stratégie de Microsoft pour éviter une condamnation par la justice européenne.

---

<sup>28</sup> Alternatives économiques, numéro 231, 12/2004

## Chapitre 5 : L'entreprise et son environnement

### 1. Skype à propos de son choix de s'implanter au Luxembourg<sup>29</sup>

*"There is a business friendly environment here with sympathetic regulators and the ability to have a good dialogue with politicians. And our financial backers are here."*

**SKYPE**, March 2005

- a. Quelles sont les raisons qui ont poussé Skype à s'installer au Luxembourg ?
- b. Citez d'autres entreprises multinationales qui se sont implantées dans notre pays.

---

<sup>29</sup> The American Chamber of Commerce in Luxembourg, [www.amcham.lu](http://www.amcham.lu), *The Grand Duchy of Luxembourg*, 2005, Presentation sponsored by PriceWaterhouseCoopers