

Les grandes questions que se posent les économistes.

Dans un monde aux ressources limitées, comment faire des choix ?

Sensibilisation :

Documents 1 et 2 :



Puits en Inde, derniers clichés de Yann Arthus-Bertrand
Source <http://www.lefigaro.fr>



Miroir d'eau Bordeaux
source : <http://www.sudouest.fr>

1°) Si l'eau est une ressource indispensable dans toutes les sociétés, quels commentaires pouvez-vous faire dans l'accès à cette ressource en comparant les deux photos ?

Analyse :

Document 3 :

Les systèmes d'économie de marché laissent aux individus et aux entreprises le soin de définir ce qu'ils souhaitent consommer et en quelle quantité. Comment prend-on ces décisions ?

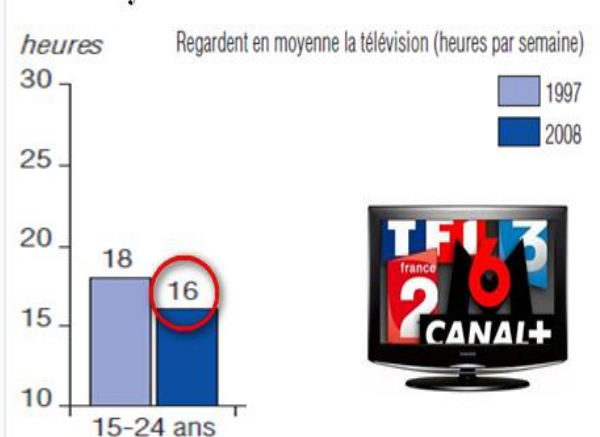
Dans le cas d'une personne ou d'une entreprise rationnelle la première étape de l'analyse économique de tout choix consiste à identifier ce qui est possible, ce que les économistes appellent le domaine des choix possibles ou tout simplement le panier des options accessibles. Autrement dit, si l'on veut préparer un sandwich et si l'on ne dispose que de poulet et de thon dans son réfrigérateur, le domaine des choix possibles comprend un sandwich poulet, un sandwich au thon ou pas de sandwich du tout. Un sandwich au jambon est en dehors du domaine accessible.

Dans la plupart des situations économiques, les contraintes réellement pertinentes limitant les choix d'un individu ne sont pas la façon de garnir un sandwich mais le temps et l'argent. Les contraintes liées à l'argent sont appelées contraintes budgétaires ; celles liées au temps sont des contraintes temporelles. Un milliardaire peut estimer que ses choix sont limités non par l'argent mais par le temps. Dans le cas d'un chômeur, en revanche, ses choix seront limités par le manque d'argent et non par le temps.

J.E. Stiglitz, C.E. Walsh, J. -D. Lafay, *Principes d'Economie moderne*, Ed de Boeck, sept 2007

1°) Quelles sont les raisons qui limitent les choix du consommateur ?

Durée moyenne d'écoute de la télévision :



Source : Pratiques culturelles 2008, DEPS, ministère de la Culture et de la Communication, 2009. <http://www.pratiquesculturelles.culture.gouv.fr/doc/08synthese.pdf>

Document 4 :

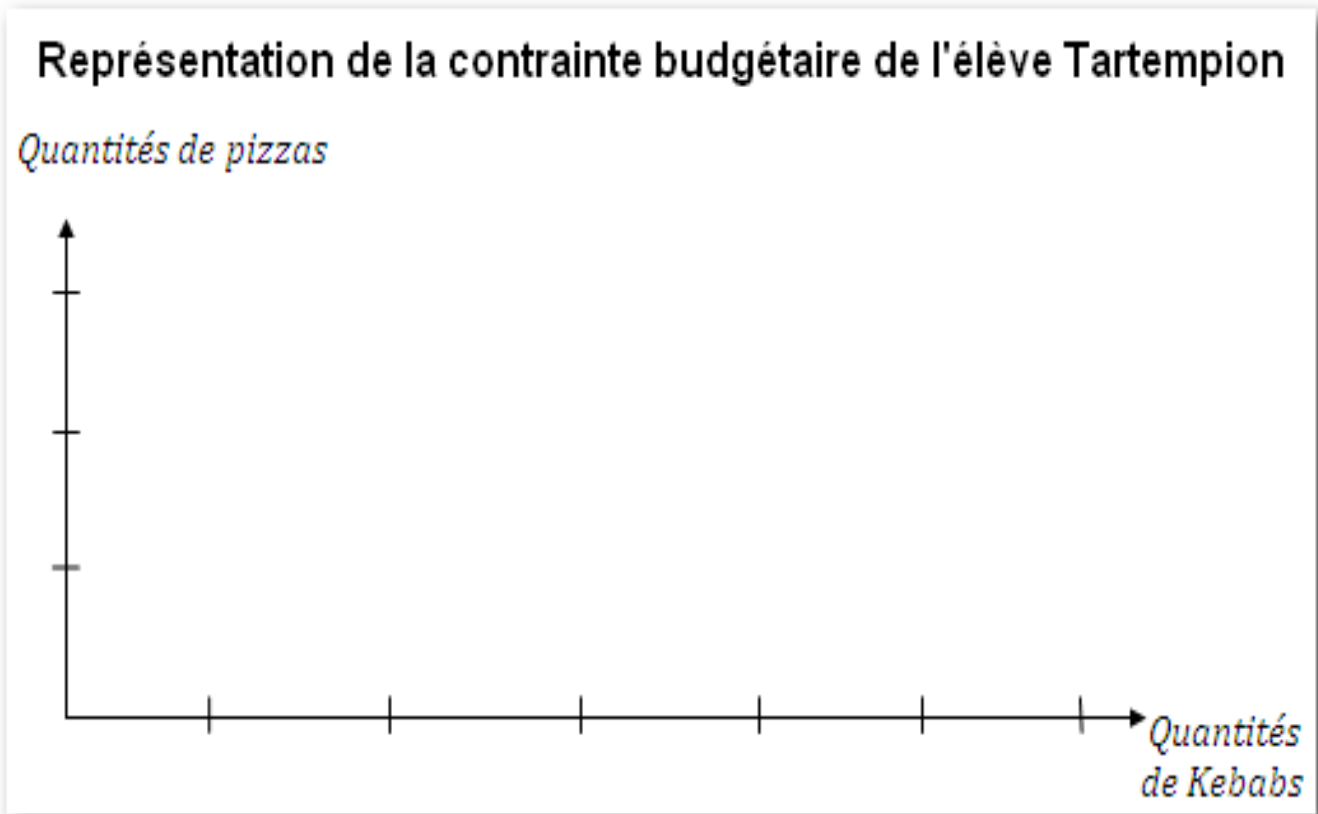
1°) faites une phrase avec la valeur entourée.

2°) Comment expliqueriez-vous l'évolution de la durée moyenne d'écoute de la télévision chez les 15-24 ans ?

3°) L'utilité en économie représente la satisfaction que procure par exemple l'utilisation d'un bien ou d'un service.

Sachant qu'en 2008, les 45-54 ans regardaient en moyenne la télévision 21 heures par semaine, comment expliqueriez-vous les différences d'écoute de la télévision entre les 15-24 ans et les 45-54 ans ?

Exercice 1 :



L'élève Tartempion dispose d'un budget alimentation pour le midi de 30 € par semaine qu'il dépense en pizzas (10€ l'unité) et/ou Kebabs (5€ l'unité).

1°) si Tartempion achète trois pizzas, combien pourra-t-il acheter de kebabs ?

2°) Si Tartempion dépense intégralement son budget, représentez les différentes combinaisons de produits (« droite de budget ») que Tartempion peut acquérir.

3°) Après de mauvaises notes en SES, le budget de Tartempion passe à 20 €, représentez la nouvelle droite de budget.

4°) le prix relatif, ou la valeur d'échange, de deux produits, A et B, est le prix du produit A exprimé en quantités du produit B.

Exemple : quel est le prix relatif de la pizza en Kebab ?

5°) si le prix du Kebab double et passe donc à 10€ l'unité, représentez les nouvelles différentes combinaisons de produits que Tartempion peut acquérir en sachant que le prix de la pizza reste de 10€ l'unité.

Complétez : Les combinaisons de choix possibles entre pizzas et kebabs sont alors nombreuses.

6°) En réutilisant la notion d'utilité évoquée pour le document 4 (question 3), qu'est-ce qui peut décourager Tartempion de ne consommer que des kebabs ou que des pizzas chaque semaine ?

Vers une définition simple de l'économie :

Complétez :

L'économie est la science qui étudie comment des ressources sont employées pour la satisfaction des des hommes vivant en société.

Commentaires pour l'activité :

➤ Rappel du programme officiel :

1. Les grandes questions que se posent les économistes

1.1 Dans un monde aux ressources limitées, comment faire des choix ?

Utilité,
contrainte budgétaire,
prix relatif

À partir d'exemples simples (choix de forfaits téléphoniques, formule « à volonté » dans la restauration, utilité de l'eau dans divers environnements, etc.), on introduira les notions de rareté et d'utilité marginale, en insistant sur la subjectivité des goûts. On s'appuiera sur une représentation graphique simple de la contrainte budgétaire pour caractériser les principaux déterminants des choix, sans évoquer les courbes d'indifférence. Il s'agit d'illustrer la démarche de l'économiste qui modélise des situations dans lesquelles les individus sont confrontés à la nécessité de faire des choix de consommation ou d'usage de leur temps (par exemple).

➤ Aide à la mise en œuvre de cette partie du programme

(A partir de l'animation pédagogique d'E.Duclos 14/06/2011) :

La rareté désigne toute situation dans laquelle nos ressources sont limitées en regard de nos besoins. Il faut donc faire des choix, des arbitrages. ➔ **Doc 1 et 2 q1**

En matière de consommation, les individus sont limités dans leurs choix par l'argent et par le temps dont ils disposent. Même une personne très riche doit faire des choix car le temps est pour elle une ressource rare. Pour étudier et comprendre le comportement des agents face à ces choix, les économistes posent des hypothèses et simplifient la réalité autrement dit élaborent des modèles. ➔ **Doc 3 q1 et doc 4 q2**

Contrainte budgétaire : montant maximum au-delà duquel le consommateur ne peut aller compte tenu de son budget et du prix des « biens » consommés.

Contrainte temporelle montre l'arbitrage que chacun d'entre nous doit faire entre le temps passé par exemple à regarder la TV et le temps consacré à d'autres activités

Si l'on part d'une contrainte budgétaire, connaissant les prix de 2 biens et le budget maximal de l'individu, il est possible de déterminer les différentes combinaisons possibles et de procéder à une représentation graphique simple. ➔ **Exercice 1, q 1 et 2**

La droite de budget : chaque point représente une combinaison des deux biens que le consommateur peut acheter en dépensant la totalité de son budget. Tous les points situés en dessous de la droite de budget appartiennent aussi au domaine des choix possibles

L'hypothèse de variation des prix relatifs a pour effet (toutes choses égales par ailleurs) de modifier le domaine des choix possibles, ceci se traduisant graphiquement par un changement de la pente de la droite de budget. ➔ **Exercice 1, q 4, 5 et 6**

Reste à déterminer la combinaison que retiendra finalement le consommateur, ce qui permet l'introduction de la notion d'utilité et d'utilité marginale dans le modèle. ➔ **Doc 4 q2 et 3 + Exercice 1, q 6**

En règle générale, l'utilité marginale est décroissante avec les quantités consommées. Chaque unité consommée d'un bien procure une utilité inférieure à l'unité précédente.

Cf. exemples du comportement du consommateur dans un restaurant proposant des plats à volonté ou l'exemple du verre d'eau.

L'utilité introduit un nouveau déterminant dans la prise de décision : celui des préférences individuelles. Les préférences individuelles découlent de la subjectivité des goûts (→ **Doc 4 q 2 et 3**) et permettent de comprendre pourquoi à contrainte budgétaire identique, deux individus font des choix différents (un concert en plein air peut apporter une immense satisfaction aux uns mais pas aux autres).