

L'ÉCONOMIE

avec Alice...

c'est du gâteau !

Matthieu BALLANDONNE

Docteur en économie,
professeur associé à l'ESSCA
School of Management

Studyrama

Retrouvez tous les titres de la collection sur notre site

librairie.studyrama.com



En complément des ouvrages, retrouvez toutes les vidéos d'application gratuites d'Alice et de Crazy Cookie en scannant ce QR code



Profitez également de l'application gratuite pour vous entraîner en compa et en SI en scannant ce QR code

Toute l'équipe remercie Laurent Bellanger
pour son aide précieuse pour les illustrations
et les vidéos.

Édition : Myriam Pasek
Maquette et mise en page : Loïc Pennanéac'h et Daphné Alain

© Bréal, juillet 2026.

Toute reproduction même partielle interdite.

ISBN : 978-2-7590-5693-4

STUDYRAMA S'ENGAGE POUR LA PLANÈTE



Nous imprimons l'ensemble de nos livres en France pour limiter les longs trajets, éviter les émissions de CO₂, garantir à nos clients une qualité de fabrication et soutenir l'économie locale. Les imprimeurs français respectent des réglementations environnementales rigoureuses (notamment les certifications PEFC, FSC et Imprim'Vert) et utilisent des encres moins polluantes.

Nous ajustons le format et les tirages de nos ouvrages afin de réduire notre consommation de papier, et choisissons du papier certifié issu de forêts gérées durablement.

Sommaire

Prologue	7
01 L'économie, qu'est-ce que c'est ?	9
Ce qu'il faut savoir	11
Le quiz	14
Exercice	14
02 Le marché	15
Ce qu'il faut savoir	17
Le quiz	19
Exercice	19
03 Les structures de marché	21
Ce qu'il faut savoir	23
Le quiz	30
Exercice	30
04 Offre, demande et équilibre de marché	31
Ce qu'il faut savoir	33
Le quiz	45
Exercice	46
05 Surplus du producteur et du consommateur	47
Ce qu'il faut savoir	49
Le quiz	56
Exercice	56

06	L'élasticité de la demande	59
	Ce qu'il faut savoir	61
	Le quiz	73
	Exercice	74
07	Le choix du consommateur	75
	Ce qu'il faut savoir	77
	Le quiz	85
	Exercice	86
08	Les coûts de production	87
	Ce qu'il faut savoir	89
	Le quiz	95
	Exercice	96
09	La firme en concurrence pure et parfaite	97
	Ce qu'il faut savoir	99
	Le quiz	108
	Exercice	109
10	Le monopole	111
	Ce qu'il faut savoir	113
	Le quiz	120
	Exercice	121
11	Les défaillances de marché	123
	Ce qu'il faut savoir	125
	Le quiz	129
	Exercice	130

12 La richesse des nations	133
Ce qu'il faut savoir	135
Le quiz	142
Exercice	142
13 La macroéconomie du court terme : le modèle IS-LM	147
Ce qu'il faut savoir	149
Le quiz	166
Exercice	166
14 Le modèle offre globale–demande globale	169
Ce qu'il faut savoir	171
Le quiz	180
Notes	181
Corrigés	187

Note sur l'usage de l'intelligence artificielle dans la réalisation des graphiques et illustrations

Les graphiques ont été réalisés par l'auteur puis améliorés par l'intelligence artificielle Gemini (Nano Banana). Les tableaux et personnages d'illustrations ont également été créés par l'intelligence artificielle Gemini (Nano Banana). Certaines illustrations de synthèse ont été générées par l'intelligence artificielle Napkin (napkin.ai).

Remerciements

Merci à Françoise Ferré, directrice de la collection, pour sa proposition d'écrire cet ouvrage et pour ses relectures et conseils avisés.

Merci à Myriam Pasek, responsable éditoriale, pour son accompagnement (et sa patience).

Merci également à mes collègues des cours de microéconomie et de macroéconomie enseignés à l'ESSCA School of Management, qui ont directement ou indirectement influencé le contenu de l'ouvrage.

Pour MLS.



Prologue

Comprendre les notions fondamentales de la microéconomie et de la macroéconomie

Expliquer un raisonnement économique en identifiant les principales relations à l'œuvre

Développer un raisonnement économique à partir d'analyses graphiques

Maîtriser les formules mathématiques des concepts clés : élasticité, coût marginal, etc.

Alice a créé Crazy Cookie, une entreprise de production de cookies qu'elle dirige aujourd'hui. À travers son activité, elle est au cœur de nombreux mécanismes économiques.

Cheffe d'entreprise, Alice souhaite faire prospérer son activité dans un contexte où d'autres concurrents cherchent à lui prendre des parts de marché. Alice se demande alors combien de cookies elle doit produire et comment faire face à ses concurrents toujours plus innovants.

Alice est aussi une consommatrice, qui doit réaliser des arbitrages compte tenu de son budget limité et du prix des produits qu'elle souhaite acheter.

Par ailleurs, les décisions économiques d'Alice ont des conséquences sur, et sont influencées par, le contexte économique global. Par exemple, lorsqu'Alice consomme moins, elle participe à une baisse de la croissance économique du pays. Et quand le taux de chômage augmente, les clients sont moins nombreux dans son magasin – les cookies ne semblent plus être la priorité des consommateurs.

Enfin, Alice est une citoyenne, qui cherche à comprendre quels sont les effets attendus des politiques économiques. Elle s'interroge, par exemple, sur les effets d'une décision de la Banque centrale concernant l'évolution du taux d'intérêt directeur, ou sur l'augmentation du déficit public dans le pays.

En comprenant les fondamentaux de l'analyse économique, Alice peut ainsi prendre des décisions plus éclairées en tant que cheffe d'entreprise et consommatrice, et mieux comprendre les débats économiques contemporains.

Au fil des chapitres, Alice découvrira que chacune de ses décisions soulève des questions économiques fondamentales : qui sont ses concurrents ? Pourquoi y a-t-il des monopoles ? Quelle est l'influence de la sensibilité de ses clients aux changements de prix pour son activité ? Comment recruter un nouvel employé sans connaître en amont tout son réel potentiel ? Qu'est-ce qu'une politique économique dite Keynésienne ? Comment mesurer la richesse nationale ?...



L'économie, qu'est-ce que c'est ?

- 
- Qu'est-ce que la science économique ?
- Quelle différence entre micro et macro économie ?
- Quelle différence entre économie positive et normative ?



En se rendant ce matin à son entreprise, Alice entend à la radio que le marché du travail se porte mal et que le taux de chômage risque d'augmenter. Elle est rassurée d'avoir son activité, mais sait que cette situation peut également l'affecter, en réduisant son nombre de clients et en limitant ses perspectives de développement.

Arrivée sur son lieu de travail, Alice lit le journal local et apprend que la taxe foncière va augmenter afin de financer un programme de travaux dans sa commune. Cette décision aura un impact sur ses dépenses personnelles, mais aussi sur les charges liées à son activité.

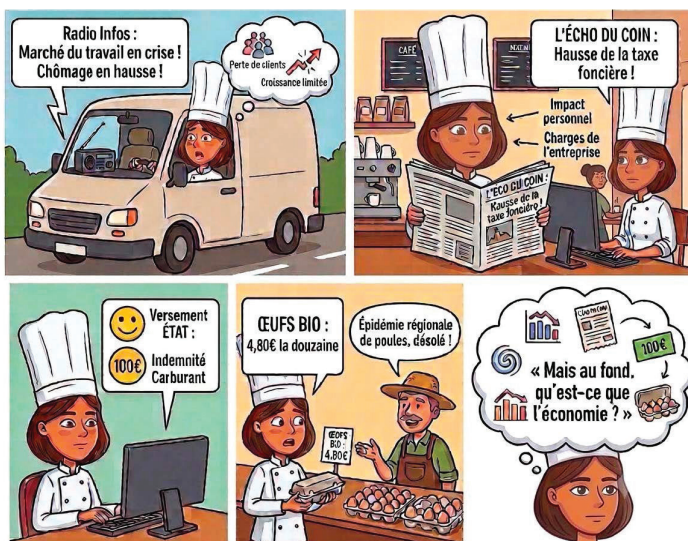
Plus tard dans la journée, Alice consulte son compte bancaire et constate un versement intitulé « indemnité carburant », une aide de l'État d'un montant de 100 euros pour tenter de limiter les conséquences de la hausse du prix des carburants sur le pouvoir d'achat des ménages pouvant en bénéficier.

En fin de journée, Alice se rend à la coopérative agricole locale pour récupérer sa commande hebdomadaire d'œufs. Mais le prix de la douzaine a presque doublé ! Le vendeur lui explique qu'une épidémie a touché les poules de la région, entraînant une baisse drastique de la production d'œufs.

Ainsi, toute la journée d'Alice a été marquée par des actualités économiques. Certaines concernent le pays tout entier, tandis que d'autres ont un impact direct sur sa vie quotidienne, aussi bien en tant que cheffe d'entreprise qu'en tant que consommatrice.

Alice prend alors conscience du rôle considérable que joue l'économie dans son quotidien et dans ses projets. Elle se pose alors une question :

« Mais au fond, qu'est-ce que l'économie ? »





Une définition

L'économie, qu'est-ce que c'est ? Alice a posé cette question à sa famille et à ses amis, et a reçu des réponses très différentes. Faites le test également ! Pour certains, l'économie, c'est l'argent ou la monnaie, ce qu'on achète ou ce qu'on vend, les prix, ou encore le taux de croissance de la richesse des pays. Pour d'autres, c'est l'entreprise, les marchés, ou la production de biens et de services.

Le mot « économie » a pour origine la conjonction de deux mots grecs : *oikos*, qui désigne la maison ou la famille, et *nomos*, qui renvoie aux règles ou aux normes. Ainsi, l'économie signifie littéralement « la gestion du foyer » ; une étymologie bien éloignée des représentations contemporaines.

Lionel Robbins (1898-1984), économiste britannique, proposa en 1932 une définition célèbre de l'économie en tant que discipline scientifique¹. Pour Robbins, l'économie est « la science qui étudie le comportement humain comme une relation entre des fins et des moyens rares à usages alternatifs » (notre traduction, p. 15).

Le premier élément central de cette définition est la **rareté des moyens**. Si les moyens étaient illimités, il n'y aurait pas d'économie. Imaginez si Alice n'avait pas de contrainte financière... elle aurait moins de problèmes économiques ! La rareté des moyens ou des ressources est un problème, car les économistes considèrent que **les besoins sont, eux, illimités**. De ce conflit entre ressources rares et besoins illimités naît l'économie.

La question fondamentale de l'économiste est donc de savoir comment les individus peuvent satisfaire au mieux leurs besoins avec des ressources limitées, comme le temps ou l'argent.

La définition de Robbins n'emploie aucun des termes cités par les amis d'Alice. Elle peut ainsi s'appliquer à tous les domaines dans lesquels les besoins sont illimités et les ressources rares. Des exemples célèbres concernent l'étude économique du mariage, de la famille ou des activités criminelles.

Appliquer un raisonnement économique à des sujets traditionnellement considérés comme ne relevant pas de cette discipline est appelé l'« impérialisme économique ». Cette démarche a notamment été développée par l'économiste américain Gary Becker (1930-2014), prix Nobel d'économie en 1992.²

Microéconomie et macroéconomie

Les cours d'économie sont traditionnellement divisés entre la microéconomie et la macroéconomie. **La microéconomie étudie les décisions économiques d'agents individuels**, par exemple une entreprise, un consommateur, un offreur de travail. Les fondements de la microéconomie « moderne » furent développés à la fin du XIX^e siècle par l'école de pensée dite « néoclassique ».

La microéconomie s'intéresse donc aussi bien à l'entreprise d'Alice, lorsqu'on cherche à comprendre comment elle peut maximiser son profit, qu'à Alice en tant que consommatrice, lorsqu'on étudie ce qu'elle peut acheter compte tenu de son budget.

De son côté, **la macroéconomie étudie les agrégats économiques**, tels que le produit intérieur brut (PIB), la croissance économique, le chômage ou encore l'inflation.

On attribue cette distinction entre micro et macroéconomie à Ragnar Frisch (1895-1973), économiste norvégien qui développa la « macrodynamique » dans les années 1930³. Frisch fut (avec Jan Tiberger) le premier récipiendaire du prix Nobel d'économie en 1969. Le développement de l'analyse macroéconomique dans les années 1930 n'est pas une coïncidence. En effet, les États-Unis viennent de vivre la crise économique de 1929 et les questions de chômage et de croissance économique sont au premier plan des préoccupations. C'est d'ailleurs en 1936 que l'économiste britannique John Maynard Keynes (1883-1946) publia son ouvrage majeur *The General Theory of Employment, Interest and Money* (*Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie*).

Si l'on distingue la microéconomie de la macroéconomie, ces deux disciplines ne sont toutefois pas déconnectées. L'inflation, par exemple, peut affecter à la fois l'activité d'Alice, en augmentant ses coûts de production, et ses choix personnels, en la conduisant peut-être à renoncer à l'achat de la nouvelle tablette dont elle rêvait.

En outre, les choix individuels peuvent affecter l'économie dans son ensemble, et même conduire à des paradoxes : ce qui est rationnel de faire au niveau individuel (micro) peut entraîner des conséquences négatives à l'échelle de la société (macro). Ainsi, avec son « paradoxe de l'épargne », J. M. Keynes montrait qu'épargner permet d'accroître la richesse individuelle mais conduit à une baisse de la consommation et donc de la richesse au niveau macroéconomique. Cette baisse de l'activité économique conduit à son tour à diminuer les possibilités d'épargne de chacun.

Un autre paradoxe bien connu est celui du vote. Du point de vue de l'individu, un agent économique rationnel compare les bénéfices attendus et les coûts associés à la participation électorale. Or, le vote d'une seule personne a une probabilité très faible de modifier le résultat final, tandis que les coûts en temps et en ressources ne sont pas nuls et peuvent même être importants, notamment pour quelqu'un qui habite loin de son bureau de vote. Les coûts de la participation peuvent ainsi devenir supérieurs au bénéfice attendu, conduisant l'individu à décider, rationnellement, de ne pas voter. Si tous les agents adoptaient le même raisonnement, la participation électorale serait alors nulle⁴.

Les économistes ont néanmoins cherché à expliquer les phénomènes macroéconomiques à partir des comportements individuels des agents : c'est ce que l'on appelle les « microfondements de la macroéconomie ».

Les deux principales branches de l'économie



Microéconomie
les décisions individuelles



Macroéconomie
les agrégats économiques

Made with  Napkin

Économie positive et normative

Les économistes distinguent également l'**économie positive** et l'**économie normative**. Dans ce contexte, le « **positif** » ne veut surtout pas dire ce qui est favorable ou agréable, mais ce qui **est**. Par exemple, dire qu'Alice raffole des gâteaux est un énoncé positif, une description factuelle. Les énoncés **normatifs**, quant à eux, disent non pas ce qui est mais ce qui **devrait être**. Cela implique des jugements de valeur ou l'établissement de normes. Cette distinction entre économie positive et économie normative a notamment été établie par John Neville Keynes (1852-1949, à ne pas confondre avec son fils John Maynard Keynes) dans son ouvrage *The Scope and Method of Political Economy* (1891)⁵. Dans ce livre, J. N. Keynes distinguait la science positive, la science normative et l'art (les règles permettant d'atteindre des objectifs). Pour J. N. Keynes, l'économie normative faisait encore partie de la science économique, alors qu'aujourd'hui, on considère généralement que seule l'économie « positive » relève véritablement de la science.

Cette distinction entre le positif et le normatif demeure essentielle, car les économistes interviennent fréquemment dans les débats publics et peuvent être amenés non seulement à décrire des faits mais aussi à formuler des recommandations ou à exprimer des préférences. Or, mesurer le taux de chômage et dire si ce taux est socialement acceptable ou non sont deux choses différentes. C'est précisément pour aider à distinguer les faits des jugements de valeur que de nombreux médias développent aujourd'hui des pratiques de *fact-checking*.

	Économie positive	Économie normative
Définition	Décrit ce qui est	Décrit ce qui devrait être
Nature	Description factuelle	Jugement subjectif
Exemple	Le taux de chômage est de 9%	Le taux de chômage est inacceptable

Made with  Napkin



LE QUIZ

1. La macroéconomie analyse :
 - a. le choix des consommateurs
 - b. la croissance économique
 - c. comment les entreprises maximisent leur profit
 - d. la politique budgétaire des pays
2. La notion de choix économique implique :
 - a. des ressources illimitées et des besoins illimités
 - b. des ressources limitées et des besoins illimités
 - c. des ressources illimitées et des besoins limités
 - d. des ressources limitées et des besoins limités
3. Une déclaration normative énonce :
 - a. ce qui est
 - b. ce qui devrait être
 - c. comment atteindre des objectifs
 - d. des faits
4. Une déclaration positive énonce :
 - a. ce qui est
 - b. ce qui devrait être
 - c. comment atteindre des objectifs
 - d. des faits



EXERCICE



Recherchez sur Internet les informations concernant les trois lauréats du prix Nobel d'économie en 2025. Pour quelles raisons ont-ils été récompensés ? Qu'est-ce que la « destruction créatrice » ?

Le marché

- 
- Qu'est-ce qu'un marché ?
→ Comment déterminer les frontières de notre marché et donc nos concurrents ?



Comme tous les dimanches, Alice s'est rendue sur son marché local pour y acheter les matières premières nécessaires à la production de ses gâteaux : œufs, farine, fruits, etc. Alice a exprimé une demande auprès d'offres, et ils ont réalisé ensemble un échange en fonction du prix. En faisant ses achats, Alice s'interroge : pourquoi cet endroit s'appelle-t-il un marché ?

Après tout, Alice entend régulièrement cette expression utilisée pour décrire des réalités qui lui semblent très différentes. Par exemple, « le marché de l'immobilier », « les marchés financiers » ou encore « le marché des glaces ». Elle se souvient aussi de cet article du journal *Le Monde* (15 février 2004) faisant référence au « marché des célibataires » et indiquant : « Même si les entreprises savent que les quelque 7,4 millions de personnes vivant seules en France recouvrent des populations disparates, elles n'en sont pas moins convaincues qu'il y a là, pour elles, des marchés en pleine expansion »⁶.

La notion de marché est fondamentale en économie et, comme le montre ce dernier exemple, elle peut également s'appliquer aux aspects les plus intimes de la vie des individus. Qu'est-ce donc qu'un marché ? Et comment Alice peut-elle savoir sur quel marché se situe son activité, et donc identifier ses concurrents ?



Une définition

Un marché économique est le lieu des échanges de biens et de services réalisés entre des offreurs et des demandeurs, ces échanges étant coordonnés par l'établissement d'un « prix de marché ».

L'une des questions centrales pour les entreprises est de déterminer leur « **marché pertinent** » ou « **marché en cause** » (Commission européenne, 2024), afin de mieux connaître leurs consommateurs mais aussi leurs concurrents⁷. Cette question est importante pour les entreprises et leur stratégie. Elle l'est également pour les autorités chargées de réguler la concurrence, comme l'Autorité de la concurrence en France. Celles-ci doivent en effet déterminer le marché en cause afin d'évaluer si les entreprises respectent les règles de concurrence.

L'Organisation de coopération et de développement économiques (OCDE) et la Commission européenne utilisent notamment deux critères pour définir le marché en cause : **le marché du produit (ou du service) en cause et le marché géographique en cause**.

Critère du produit en cause

Imaginons qu'Alice vende à la fois des biens (des gâteaux) et des services (de l'événementiel). Son marché pertinent est-il celui des vendeurs de gâteaux exerçant également une activité dans l'événementiel ? Si tel est le cas, sa demande est sans doute assez faible, tout comme le nombre de ses concurrents.

Les choses sont différentes si l'on considère qu'elle intervient sur deux marchés distincts : le marché des gâteaux d'un côté et celui de l'événementiel de l'autre. Dans ce cas, si l'on prend l'exemple des gâteaux, elle fait face à de nombreux concurrents. Mais peut-être que son marché pertinent, pour les gâteaux, est celui des cookies uniquement ; les producteurs d'autres types de gâteaux ne seraient alors pas des concurrents d'Alice.

Prenons un autre exemple : celui des producteurs d'eau plate. Leurs concurrents sont-ils les producteurs de boissons en général, y compris les jus de fruits et les sodas ? Les producteurs de boissons non gazeuses, ce qui inclut toujours les jus de fruits et le lait ? Les producteurs d'eau, y compris l'eau gazeuse ? Ou uniquement les autres producteurs d'eau plate ?

Un indicateur clé pour répondre à ces questions est celui de la **substituabilité, du point de vue des consommateurs**, entre les biens proposés par différents offreurs⁸. Cette substituabilité est notamment appréciée à partir de la réaction des consommateurs à une variation faible mais durable du prix d'un bien⁹ (Commission européenne, 2024).

Par exemple, si Alice augmente le prix de ses cookies et que ses clients préfèrent alors acheter chez Super Cookiz, cela signifie que cette autre entreprise, gérée par Léon, propose un produit

concurrent de celui d'Alice. Ainsi, un fort degré de substituabilité (mesuré par l'**élasticité-prix**, que nous étudierons plus loin) constitue une indication que les offreurs opèrent sur l'élasticité-prix le même marché.

À l'inverse, pour reprendre l'exemple des producteurs d'eau, si une hausse du prix de l'eau plate ne conduit pas à une augmentation de la demande d'eau gazeuse, alors il n'y a pas d'effet de substitution. Dans ce cas, ces entreprises n'offrent sans doute pas le même produit en cause.

L'OCDE illustre le critère de substituabilité avec l'exemple du marché de l'automobile : « Les consommateurs à la recherche d'une automobile sportive de luxe comme une Ferrari ne choisissent généralement pas entre une Ferrari et une petite voiture économique, mais entre différentes voitures sportives. Autrement dit, on ne considère pas que les automobiles sportives de luxe et les petites automobiles économiques sont substituables ou que ces deux catégories de véhicules appartiennent au même marché pertinent » (OCDE, 2019, p. 27)¹⁰.

Critère géographique

Le second aspect permettant de définir le marché en cause concerne le **marché géographique en cause**. Nous avons vu que, lorsqu'Alice a augmenté le prix de ses gâteaux, ses clients se sont tournés vers Léon, gérant de la boutique Super Cookiz. Alice connaît bien cette entreprise, située dans son quartier. Ses clients ont donc pu facilement changer de boutique. En revanche, ils ne se seraient sans doute pas rendus dans la boulangerie de la grande ville la plus proche, située à vingt kilomètres. Cette boulangerie ne serait alors pas considérée comme concurrente de l'entreprise d'Alice, car elle se situe hors de son marché géographique.

Le niveau géographique des concurrents d'Alice est donc sans doute très local. L'OCDE illustre ce critère à partir de l'exemple des offreurs d'électricité : « Un producteur qui vend de l'électricité en Norvège n'est pas en concurrence avec un autre producteur d'électricité établi au Portugal. De même, les vendeurs d'électricité de l'État de Californie ne font pas concurrence aux vendeurs d'électricité de l'État de Floride. Les contraintes de transport garantissent la séparation géographique de ces différents marchés. En d'autres termes, l'offre d'électricité sur un marché n'est pas nécessairement le substitut de l'offre existant sur un autre marché dont il est géographiquement distinct » (OCDE, 2019, p. 145).

En résumé, pour qu'une entreprise soit considérée comme concurrente, deux conditions doivent être réunies :

- elle doit proposer un bien ou un service jugé substituable par les consommateurs ;
- elle doit également se situer dans un espace géographique où les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes (Commission européenne, 2024).

Définir le marché en cause permet donc de déterminer quels sont les concurrents d'une entreprise et d'évaluer le degré de concurrence auquel elle est confrontée. C'est à partir de ce degré de concurrence que les économistes définissent différentes « structures de marché », que nous étudierons dans les chapitres suivants.



LE QUIZ

1. Le marché est la rencontre :
 - a. entre la demande et les consommateurs
 - b. entre l'offre et la demande
 - c. entre l'offre et les producteurs
 - d. entre les producteurs et l'État
2. Si une hausse du prix du bien A conduit à une hausse de la demande du bien B, alors :
 - a. A et B ne sont sans doute pas sur le même marché
 - b. A et B sont des biens substitués
 - c. A et B sont sans doute sur le même marché
 - d. A et B ne sont pas des substitués
3. Les deux critères utilisés pour définir le marché en cause sont :
 - a. le produit en cause et le service en cause
 - b. le produit en cause et le marché géographique en cause
 - c. le produit en cause et le nombre d'employés des concurrents
 - d. aucune de ces réponses
4. Le vendeur de cookies situé à 30 kilomètres n'est pas un concurrent d'Alice car :
 - a. les clients ne sont sans doute pas prêts à faire 30 kilomètres pour aller acheter leurs cookies
 - b. ils vendent des produits similaires
 - c. ils vendent des produits différents
 - d. cette autre boutique est trop proche d'Alice



EXERCICE



Supposons deux villes, A et B, distantes de 20 kilomètres. Un producteur d'eau gazeuse situé dans la ville A augmente son prix.

Les producteurs de jus de fruits de la ville A doivent-ils s'en inquiéter ? Qu'en est-il des producteurs de jus de fruits de la ville B ?