

# Chapitre 3

## Les caractéristiques du marché

### Introduction

La notion de marché recouvre une multitude de marchés différents. Le marché est d'abord le lieu, où entrent en relation des acheteurs et des vendeurs, et où cette confrontation aboutit à des échanges à un certain prix, dit prix du marché. Tout n'est pas susceptible d'être vendu, des règles de droit indiquent ce qui peut ou non être échangé, conformément aux règles morales et aux choix politiques en vigueur dans la société.

### 1 Du marché aux marchés

Au sens courant le marché est un lieu défini, où se rencontrent une offre et une demande.

Salons, foires ... correspondent à cette notion de marché caractérisée par une unité de lieu, de temps et d'objet. Mais sur certains marchés, tel le marché du cuivre, les vendeurs ne rencontrent pas physiquement les acheteurs ; les marchandises peuvent même être vendues alors qu'elles ne sont pas encore produites (le café de la prochaine récolte se vend "à terme").

On distingue différentes catégories de marché selon la nature de leur objet : marché financier (long terme), marché des changes, marché monétaire (court terme), marché du travail, marché des marchandises.

On distingue le marché des biens et services où la confrontation de l'offre et de la demande se traduit par un prix, le marché du travail où la confrontation se traduit par le salaire, et le marché des capitaux où elle se traduit par un taux d'intérêt.

Les marchés peuvent avoir une dimension locale, régionale, nationale, mondiale. Un marché aux enchères, une brocante constituent des marchés particuliers.

Le marché de l'immobilier, par exemple, n'est pas le même à Paris, dans les grandes villes de Province, en milieu rural : combien coûte le mètre carré ?

Pourquoi certains footballeurs peuvent-ils toucher des salaires qui ... font rêver, rendre jaloux ?

### 2 L'institutionnalisation du marché

Définition tirée de John Commons, l'économie institutionnaliste, les Fondateurs : "*processus d'émergence de règles, conventions et normes d'échange acceptées par le plus grand nombre et progressivement intériorisées. Il permet de relier l'individu et le collectif en produisant les cadres favorables par lesquels les individus coordonnent leurs activités marchandes*".

Aux origines de la pensée libérale, le marché est présenté comme relevant d'un ordre naturel (**Adam Smith**) considère que les hommes ont un *penchant naturel* à échanger. Cependant des travaux d'historiens ont permis de montrer que le marché est une construction sociale.

L'*institutionnalisation du marché* désigne le processus qui fait du marché une institution majeure au centre de l'économie.

Des règles et des institutions encadrent le marché et le protègent, faisant apparaître une *institutionnalisation du marché* (création d'instances de régulation telles que l'*Autorité des marchés financiers* qui est une *Autorité administrative indépendante*). Elles en limitent les effets pervers, interdisent la concurrence déloyale. Elles garantissent des droits de propriété.

Certains contre pouvoirs, comme les associations de consommateurs, limitent aussi les éventuels abus nés de la liberté des marchés.

Le marché obéit toujours à des règles : le marché où je me rends le dimanche est toujours situé au même endroit, chaque commerçant a un emplacement précis, les prix sont affichés, des normes d'hygiène doivent être observées, les horaires sont prédéfinis.

L'O.M.C (anciennement G.A.T.T, *general agreement on tariffs and trade*) cherche à faire respecter les règles du libre échange, base de la C.P.P (concurrence pure et parfaite), elle-même fondement de l'économie de marché.

### 3 Les limites de la logique marchande

Le passage d'une société traditionnelle à une société moderne s'accompagne d'une marchandisation des relations sociales, c'est-à-dire l'extension du marché dans de nouveaux domaines (ventes d'organes, tourisme sexuel...), ce qui fait apparaître des dérives d'ordre éthique.

Les produits et les éléments du corps humain sont-ils des "*marchandises*" qu'on peut vendre ou acheter ? Le principe de non commercialisation du corps humain est censé confirmer cette idée. Mais ... Est-ce pour des raisons éthiques, comme le respect dû à la personne humaine ou bien est-ce à cause de certains préjugés liés à notre culture ?

Peut-on "*tout*" acheter ? Services sexuels, adoption, mères porteuses, greffes d'organes... Le débat divise : dimanche 5 octobre 2014 certaines manifestations concernaient la **G.P.A** (gestation pour autrui) : peut-on louer un ventre (mère porteuse) ?