

ELASTICITE DE LA DEMANDE

1. L'élasticité de la demande par rapport au prix

1.1. A quoi sert cet outil

Le consommateur est-il sensible au prix ? Il est intéressant de connaître sa réaction en cas d'augmentation ou de diminution du prix.

Le calcul de l'élasticité sert à évaluer l'ampleur de la variation de la demande quantitative d'un produit en fonction de l'augmentation ou la baisse du prix de ce produit.

1.2. La méthode calcul

$$E \text{ (élasticité)} = \frac{\text{Variation de la demande en \% } (\Delta)}{\text{Variation du prix en \% } (\Delta)} = \frac{\Delta d/d}{\Delta p/p}$$

Exemple : Une entreprise a testé deux prix sur deux périodes (2 mois). Les résultats sont les suivants :

Période	Mois 1	Mois 2	Variation en %
prix de vente unitaire	15 €	20 €	+5/15x100 = +33,33%
Quantités vendues	500	450	-50/500x100 = -10%

$$E \text{ (élasticité)} = \frac{\Delta d/d}{\Delta p/p} = \frac{-10}{+33,33} = -0,3333$$

1.3. Interpréter les résultats

- Normalement, **l'élasticité doit être négative** : la demande baisse quand le prix augmente (ou le contraire).
- Quand **l'élasticité est positive**, la demande augmente avec le prix (ou le contraire), ce qui est paradoxal, mais possible. On peut alors distinguer deux types :
 - Un **bien de Giffen** (d'après Robert Giffen) est un type de bien de première nécessité (exemple : le pain) ; lorsque son prix augmente, cela réduit assez fortement le pouvoir d'achat des consommateurs pour les forcer, pour équilibrer leur budget, à renoncer à d'autres biens de substitution plus coûteux (ex : la viande) et à reporter leur demande sur le premier produit.
 - Un **bien de Veblen** (d'après Thorstein Veblen) est un type de bien de luxe (ex : le parfum) ; lorsqu'il n'est « pas assez cher » (c'est-à-dire que son prix ne reflète pas son positionnement haut de gamme) sa demande est faible (soit car la qualité perçue est inférieure, soit parce qu'il n'est plus un symbole de statut). Lorsque son prix augmente, sa demande augmente aussi et on parle alors d'effet Veblen ou d'effet de démonstration.
- **L'élasticité est faible** (proche -1 à +1) : La demande varie peu quand le prix varie. La demande change peu quel que soit le prix. C'est notamment le cas des produits de première nécessité (lait, pain, etc.) : bien que le prix augmente, la consommation se maintient car il existe peu de produits de substitution. A court terme, c'est aussi le cas des dépenses contraintes (loyers, contrats d'assurance, abonnements de téléphone, télévision, Internet, de fourniture d'eau, d'électricité, etc.)
- **L'élasticité est forte** : un petit changement de prix entraîne un grand changement de demande.

1.4. Utilité

- **Une entreprise** qui veut augmenter son prix de vente veut savoir si cela se traduira par une chute de ses ventes ou non. Elle peut ainsi estimer la rentabilité de cette opération

- Anticiper les effets d'une hausse des prix pour l'Etat

L'Etat, en mettant en place une taxe ou en augmentant une taxe déjà existante, va entraîner une augmentation du prix du bien ou service considéré, et donc une variation potentielle de sa consommation.

L'Etat peut avoir deux motivations à faire cela :

- Diminuer la consommation d'un bien jugé néfaste. Par exemple, en mettant en place la taxe carbone, dont le produit sera intégralement redistribué aux ménages et entreprises, l'Etat ne gagne financièrement rien dans cette mise en place, mais espère que la consommation de pétrole, de charbon et de gaz diminuera, du fait de leurs effets nocifs sur l'environnement. Dans ce cas, l'Etat mettra en place une taxe si l'élasticité-prix du bien est forte.
- Augmenter ses recettes fiscales. En augmentant la taxe, l'Etat augmente ses recettes par produit vendu, mais en même temps la diminution de la consommation se traduit par une diminution des recettes. La question est donc de savoir quel effet l'emporte sur l'autre.

2. L'élasticité prix croisée

2.1. A quoi sert cet outil

Il est possible que la consommation d'un bien ou d'un service varie non pas parce que le prix du bien en question a changé, mais parce que le prix d'un autre bien ou service a varié.

L'élasticité croisée est le rapport entre le pourcentage de variation de la demande d'un bien A et le pourcentage de variation du prix d'un autre bien

2.2. La méthode calcul

$$EC = \text{Taux de variation de la demande d'un bien (A)} / \text{Taux de variation du prix d'un autre bien (B)}$$

Exemple : Dans une ville, il y a deux entreprises de restauration rapide dans la même rue : une sandwicherie, qui vend des sandwiches 4 euros, et un Kebab, qui vend des sandwiches grecs 5 euros. Le prix du Kebab augmente de 20%. Cela entraîne certains consommateurs de Kebab à préférer dorénavant consommer des sandwiches. La consommation de sandwich augmente alors de 10%.

$$EC = +10 / +20 = +0,5$$

2.3. Interpréter les résultats

- **Une élasticité croisée positive** : L'augmentation du prix d'un bien entraîne l'augmentation de la demande d'un autre bien. Les deux biens sont donc **substituables**.
- **Une élasticité croisée négative** : L'augmentation du prix d'un bien entraîne la diminution de la demande d'un autre bien. Les deux biens sont alors dits **complémentaires** (*La baisse des prix des lecteurs DVD entraîne une augmentation de la demande de DVD*)
- **Une élasticité croisée nulle** : Les deux biens sont **indépendants**.

2.4. Utilité

La notion d'élasticité-prix croisée est particulièrement utile en matière de politique de la concurrence.

Pour déterminer l'étendue d'un marché et déterminer si une entreprise est en situation d'abus de position dominante, il est en effet nécessaire de voir jusqu'à quel point différents produits sont substituables (Coca et Pepsi). La notion d'élasticité prix croisée est alors utile pour déterminer si deux biens appartiennent au même marché, et si les autorités de la concurrence doivent déclencher une action.