

Chapitre 5

Le comportement des acteurs économiques

Exercices supplémentaires

Question – Quelles sont les différentes conceptions de l'utilité ?

Corrigé

L'utilité est le concept structurant du comportement économique du consommateur. En effet, ce dernier a pour objectif de maximiser sa satisfaction, c'est-à-dire son utilité. On peut, en analyse économique, retenir deux approches différentes de l'utilité : une approche cardinale de l'utilité (1) et une approche ordinale (2).

1 L'approche cardinale de l'utilité

Historiquement la première, l'approche de l'utilité cardinale est due aux économistes Menger, Jevons et Walras. Elle s'appuie sur trois idées principales :

- l'**utilité est mesurable**, ce qui suppose, au préalable, que l'on puisse définir une unité de mesure de l'utilité. En conséquence, on peut déterminer l'utilité marginale d'un bien, c'est-à-dire le surcroît d'utilité qu'apporte la consommation d'une unité supplémentaire d'un bien ;
- l'utilité de la dernière unité consommée, ou **utilité marginale**, diminue lorsque la quantité consommée augmente, et cela jusqu'au point de satiété où elle devient nulle ;
- le consommateur répartit son budget entre différentes consommations de façon à **maximiser son utilité totale**.

Pour maximiser son utilité, le consommateur répartit sa consommation entre différents produits de telle façon que le rapport de leurs utilités marginales soit égal au rapport de leurs prix.

L'approche cardinale, très exigeante d'un point de vue méthodologique, n'est pas souvent retenue dans la théorie du comportement du consommateur.

2 L'approche ordinale de l'utilité

Cette deuxième approche, principalement due à Vilfredo Pareto, part de l'idée que l'individu ne peut pas mesurer avec exactitude l'utilité qu'apporte la consommation d'un bien ; à l'inverse, il peut classer les biens les uns par rapport aux autres en fonction de préférences que l'individu révélerait.

L'approche cardinale de l'utilité présente trois caractéristiques principales :

- l'utilité d'un bien par rapport à un autre, ou d'un panier de biens par rapport à un autre, peut être comparée ; on peut dire qu'un **bien est « préféré » à un autre** (ou qu'un panier de biens est « préféré » à un autre) s'il apporte à l'individu une satisfaction supérieure ;
- étant à même de classer les biens (ou les paniers de biens) sur une échelle de satisfaction, l'individu peut établir une **fonction de préférences individuelle** ;
- des niveaux différents d'utilité se traduisent par des dispositions différentes à payer pour acquérir le bien.

L'approche ordinale de l'utilité, en apparence plus simple que l'approche cardinale, rejoint le concept fondamental d'utilité marginale, par le biais de dispositions différentes à payer pour l'acquisition de biens.

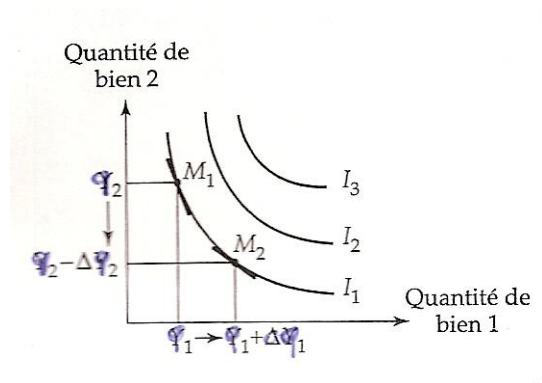
L'analyse microéconomique du consommateur emprunte à la fois à la conception ordinale de l'utilité qu'à la conception cardinale.

Question – Quel est le comportement du consommateur face un palier de biens ?

Corrigé

Plusieurs combinaisons de biens (q_1, q_2) peuvent procurer aux consommateurs un même niveau d'utilité. Conjointement, certains paniers (q_1, q_2) procurent une utilité supérieure ou inférieure à d'autres. On appelle « **courbe d'indifférence** », l'ensemble des combinaisons (q_1, q_2) qui procurent la même utilité. Lorsque l'utilité marginale est décroissante, les courbes d'indifférence I sont décroissantes également.

Les paniers (q_1, q_2) situés sur une courbe d'indifférence supérieure (plus à droite) procurent une utilité supérieure (les paniers situés sur la courbe I_3 procurent plus d'utilité aux consommateurs que ceux situés sur la courbe I_2 et, symétriquement, les paniers situés sur la courbe I_1 procurent moins d'utilité que ceux situés sur la courbe I_2 :



La maximisation de la satisfaction de l'individu est également réalisée lorsque le rapport de leurs utilités marginales est égal au rapport de leurs prix.

La « courbe d'indifférence » représente l'ensemble des combinaisons possibles des quantités de deux biens et procurant la même utilité.

Question – Qu'appelle-t-on les lois d'Engel ?

Corrigé

L'analyse micro-économique du consommateur s'intéresse particulièrement à la relation qui peut exister entre le niveau du revenu de l'agent et le niveau de sa consommation. On doit à Engel, économiste belge du XIXe siècle, d'avoir analysé statistiquement cette relation ; de son observation, il tire plusieurs conclusions, que l'on nomme communément les « **lois d'Engel** » ; celles-ci sont au nombre de trois :

- la première loi d'Engel précise que lorsque le revenu augmente, les dépenses alimentaires augmentent également, mais moins vite que le revenu, ce qui signifie que leur part diminue dans le total des dépenses de consommation ;
- la deuxième loi d'Engel précise que la part des dépenses d'habillement et de logement reste stable avec le revenu, c'est-à-dire que ces dépenses augmentent au même rythme que le revenu (cette deuxième affirmation est moins bien vérifiée) ;
- la troisième loi d'Engel, qui découle des deux précédentes, implique que les autres dépenses augmentent plus vite que le revenu et donc que leur part augmente dans les dépenses de consommation (ceci est vrai des dépenses de services médicaux et de santé en France ou transports et télécommunication comme des dépenses de culture-loisirs).