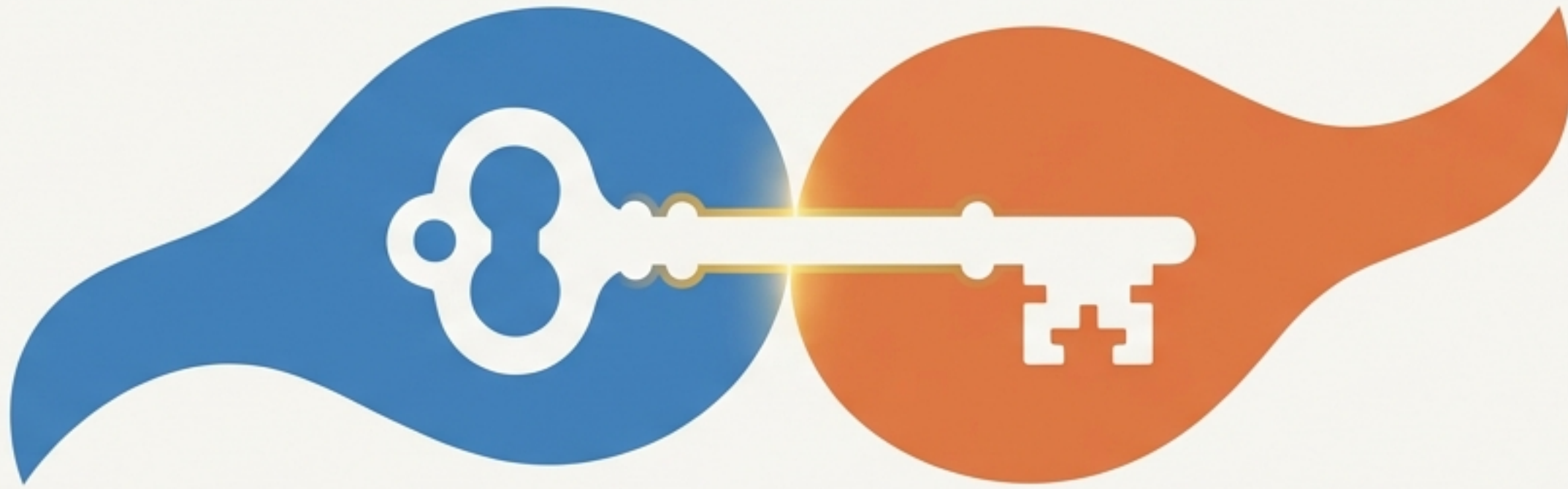


La clé pour décoder le monde de l'entreprise.



Comprendre la loi de l'offre et de la demande, *ensemble*.

Vos mentors pour cette session.



Un concept qui peut faire peur... mais qui est votre meilleur allié.

Bonjour à tous. On sait que l'expression 'loi de l'offre et de la demande' peut sembler complexe, voire un peu intimidante. Notre objectif aujourd'hui est simple : vous montrer que non seulement c'est très logique, mais c'est aussi un outil incroyablement puissant que vous utiliserez toute votre vie professionnelle.

Oubliez les cours magistraux compliqués. Pensez à cela comme une discussion pour vous donner les clés de la réussite. On va dédramatiser tout ça ensemble, pas à pas.

Tout est une question d'équilibre.



Pour tout comprendre, imaginez une balançoire de jeu. D'un côté, il y a **vous**, les acheteurs (la Demande).

De l'autre, il y a les **vendeurs** (l'Offre).

Le **Prix**, c'est le point d'appui au centre. L'objectif du marché est de trouver le point d'équilibre parfait où la balançoire est stable.

Gardez cette image en tête, elle est la clé de tout.

Commençons par le plus simple : votre comportement.

Le côté 'Demande'.

Pensez aux soldes. Quand le prix d'un produit que vous aimez baisse, que se passe-t-il ?

Votre envie de l'acheter augmente. Inversement, si le prix d'un nouveau smartphone est très élevé, vous attendez peut-être une promotion.

C'est ça, la loi de la demande ! C'est une règle simple et universelle :



Quand le prix baisse, la quantité demandée augmente.

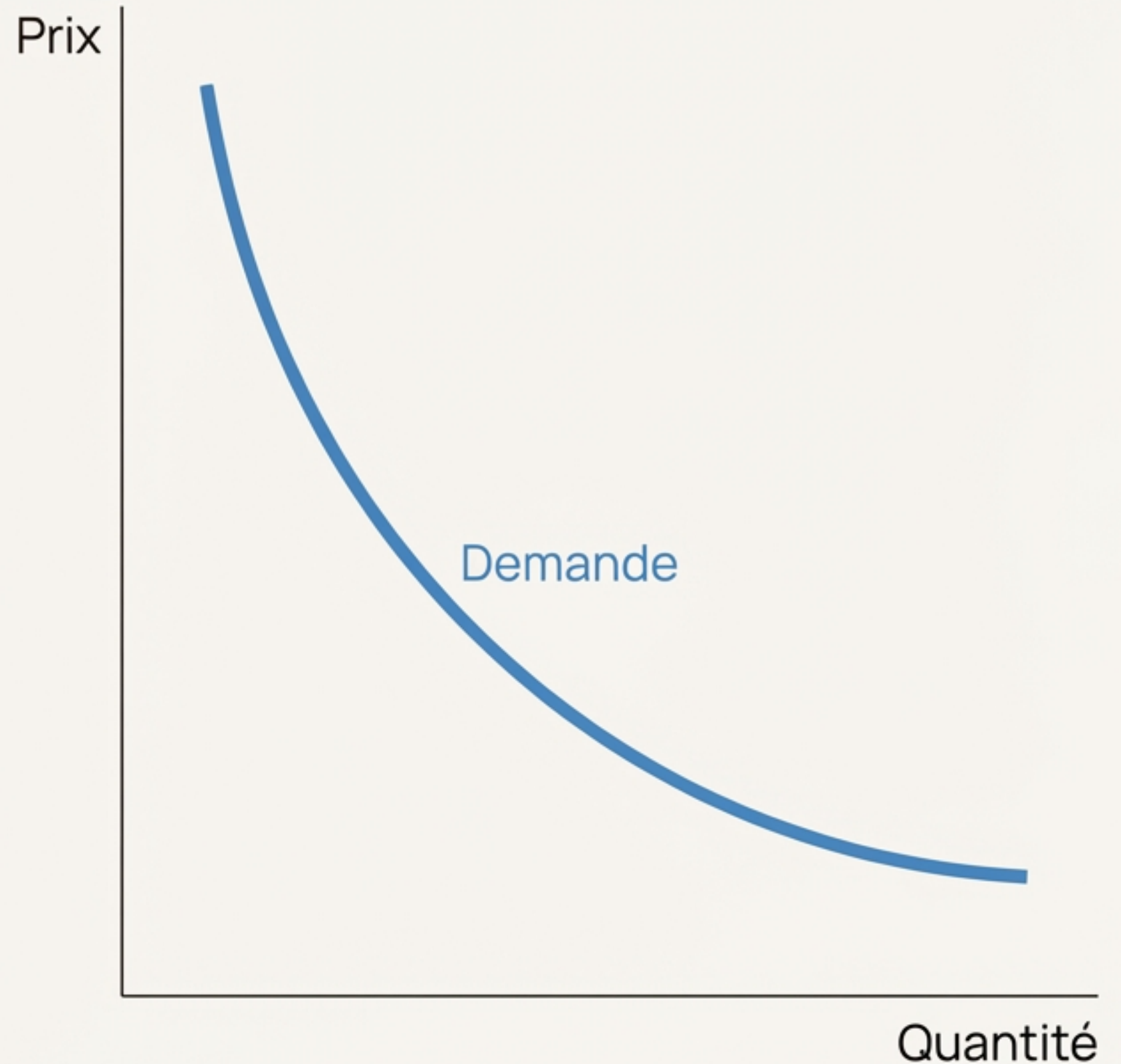


Quand le prix monte, la quantité demandée diminue.

Mettons cette idée sur un graphique.

En économie, on adore les schémas. Ne vous inquiétez pas, c'est juste une façon de visualiser ce que vous venez de comprendre.

L'axe vertical représente le **Prix**.
L'axe horizontal représente la **Quantité**.
La courbe de demande 'descend' : plus le prix est bas, plus la quantité que vous êtes prêts à acheter est grande.



Maintenant, changeons de casquette : le côté 'Offre'.

Mettez-vous dans la peau d'un entrepreneur. Si vous pouvez vendre votre produit à un prix très élevé et faire une belle marge, vous aurez envie d'en produire et d'en vendre le plus possible, n'est-ce pas ? Par contre, si les prix sont si bas que vous perdez de l'argent, vous allez freiner votre production. C'est la logique de l'offre :



**Quand le prix monte, la quantité
offerte augmente.**



**Quand le prix baisse, la quantité
offerte diminue.**

C'est tout simplement l'inverse de la demande !

Et voici à quoi
ressemble la courbe
d'offre.

Sur le même graphique, la logique de
l'offre est tout aussi simple à
représenter.

La courbe 'monte' : plus le prix est
élevé, plus les entreprises sont incitées
à vendre de grandes quantités.
C'est logique, c'est plus rentable pour
elles.

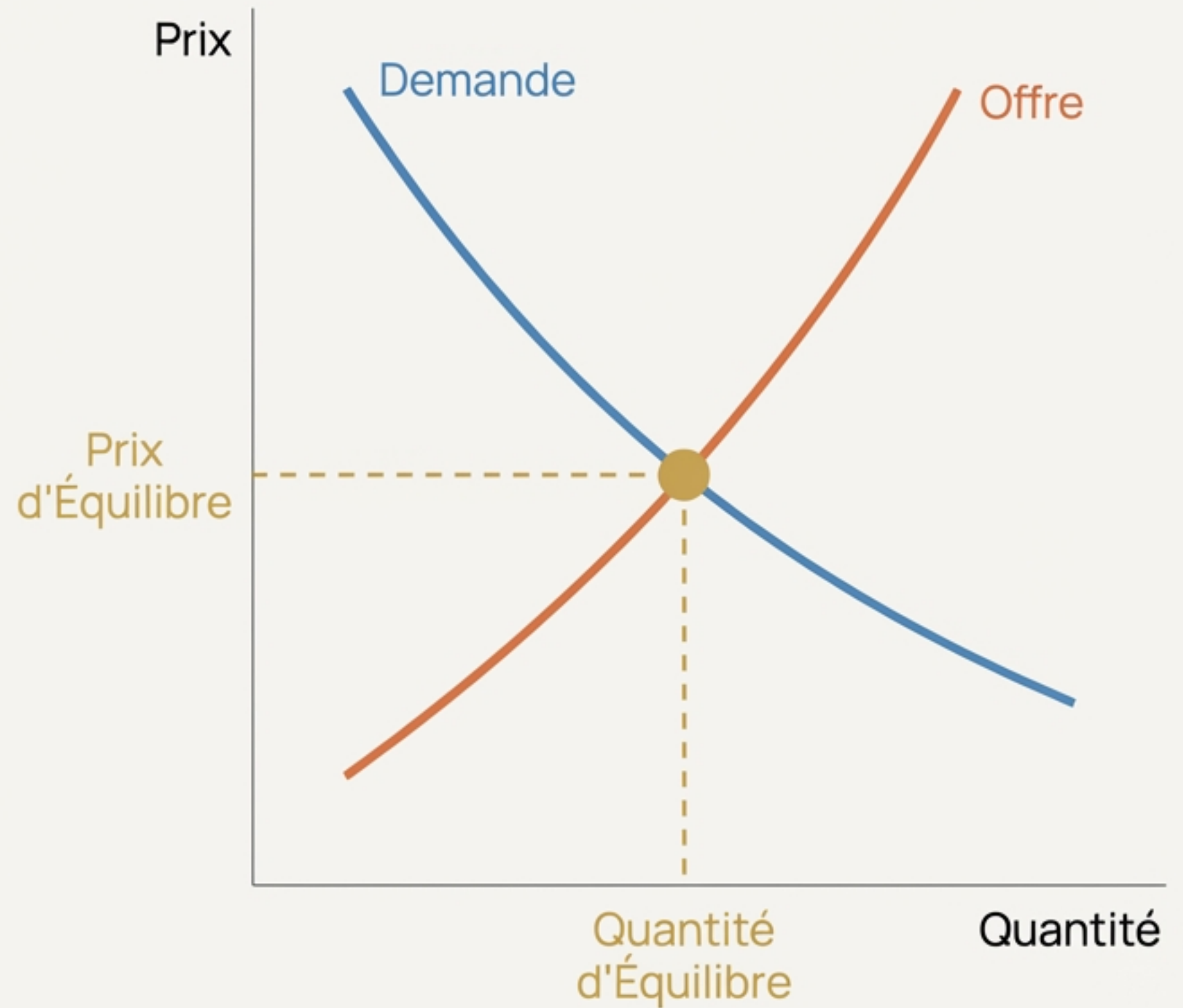


Le moment magique : la rencontre de l'offre et de la demande.

Et si on mettait nos deux courbes sur le même graphique ?

Elles se croisent en un point unique. Ce point n'est pas magique, c'est le **Prix d'Équilibre**. C'est le prix "juste" où la quantité que les consommateurs veulent acheter est EXACTEMENT égale à la quantité que les entreprises veulent vendre.

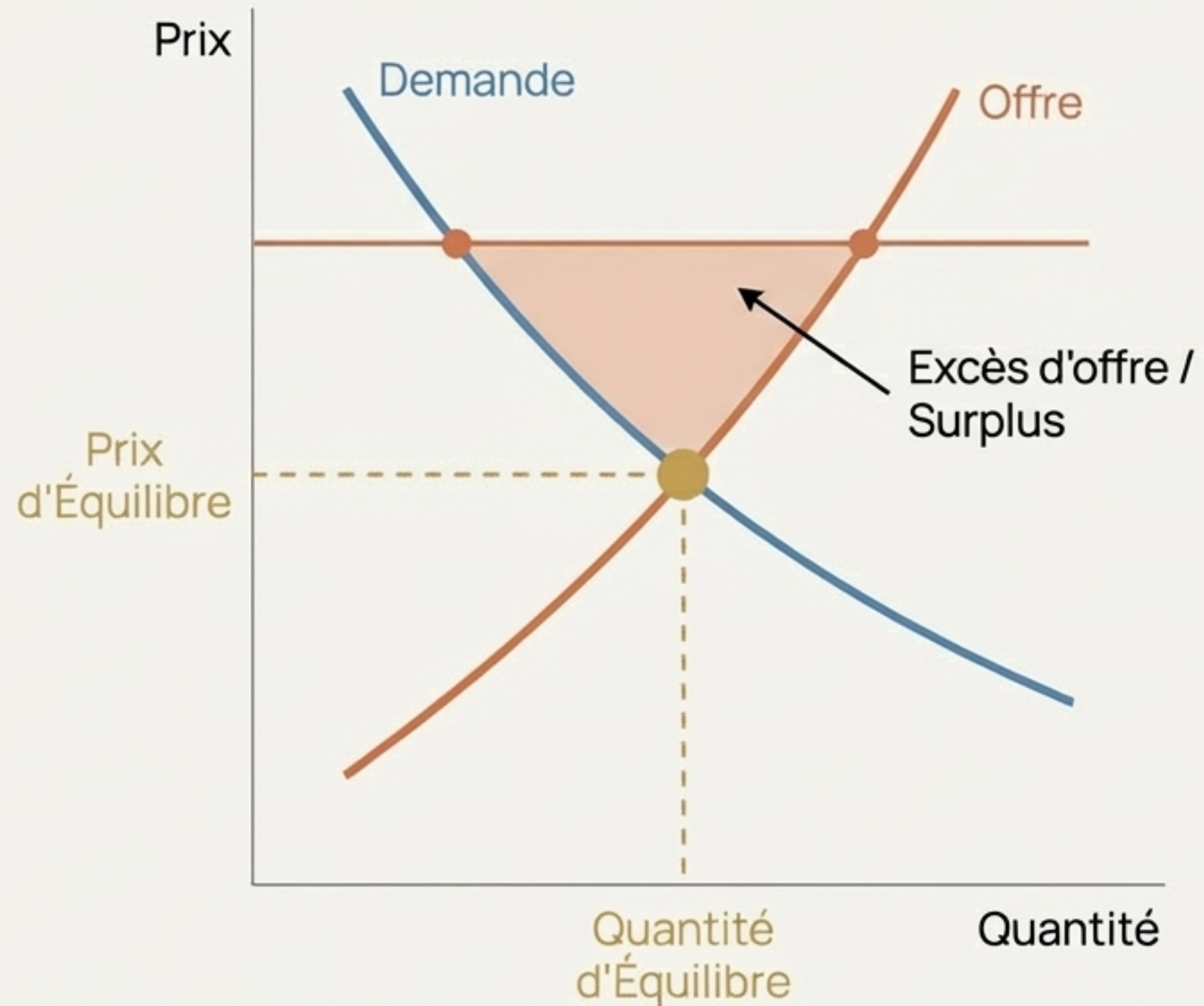
La balance est parfaitement à l'horizontale. Le marché est satisfait.



Que se passe-t-il si le prix est trop élevé ?

Imaginez que le prix soit fixé au-dessus du point d'équilibre. À ce prix, beaucoup d'entreprises veulent vendre (l'offre est grande), mais peu de consommateurs veulent acheter (la demande est faible).

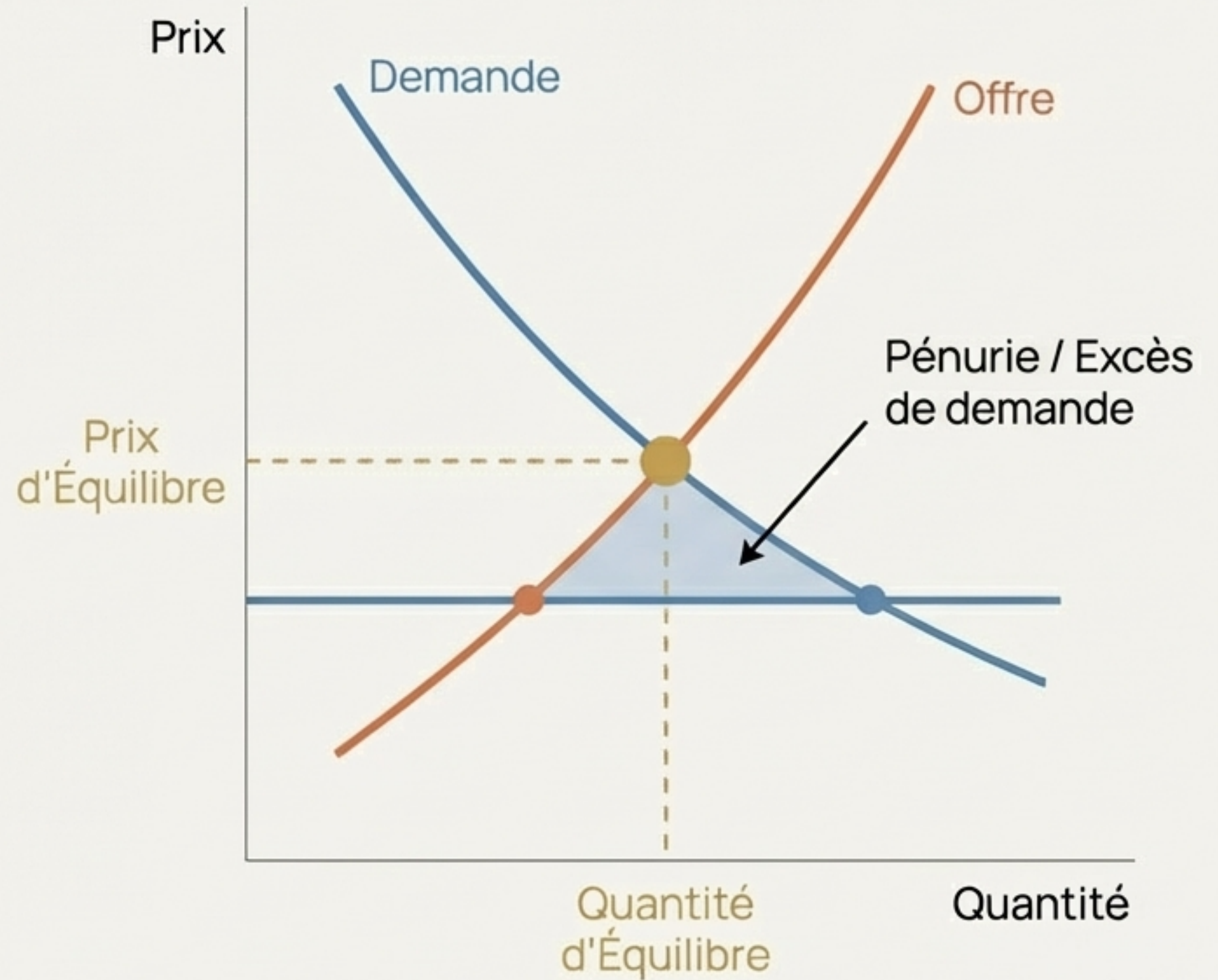
Résultat : les vendeurs se retrouvent avec des tonnes de produits sur les bras. C'est un **excès d'offre** (ou surplus). Pour écouler leurs stocks, ils n'ont qu'une seule solution : baisser leurs prix...



Et si le prix est trop bas ? La pénurie.

C'est la situation inverse, que vous connaissez bien : le premier jour des soldes ! Le prix est si attractif que tout le monde se précipite pour acheter (la demande explose), mais les entreprises n'ont pas assez de stock à ce prix (l'offre est limitée).

Résultat : les rayons sont vides en quelques heures. C'est la **pénurie** (ou **excès de demande**). Le produit devient rare, et sa valeur perçue augmente.

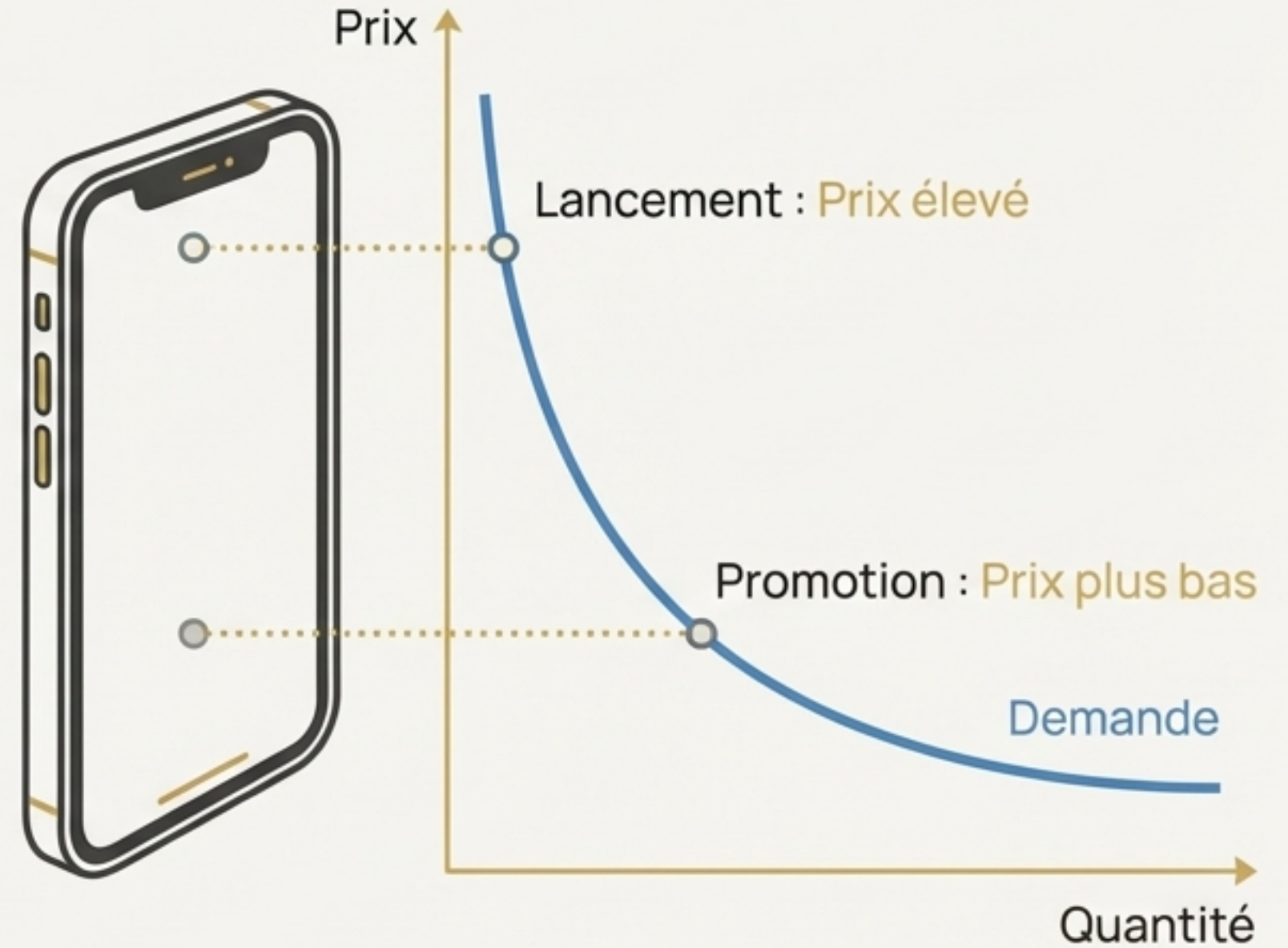


La théorie en action : la stratégie de prix d'Apple

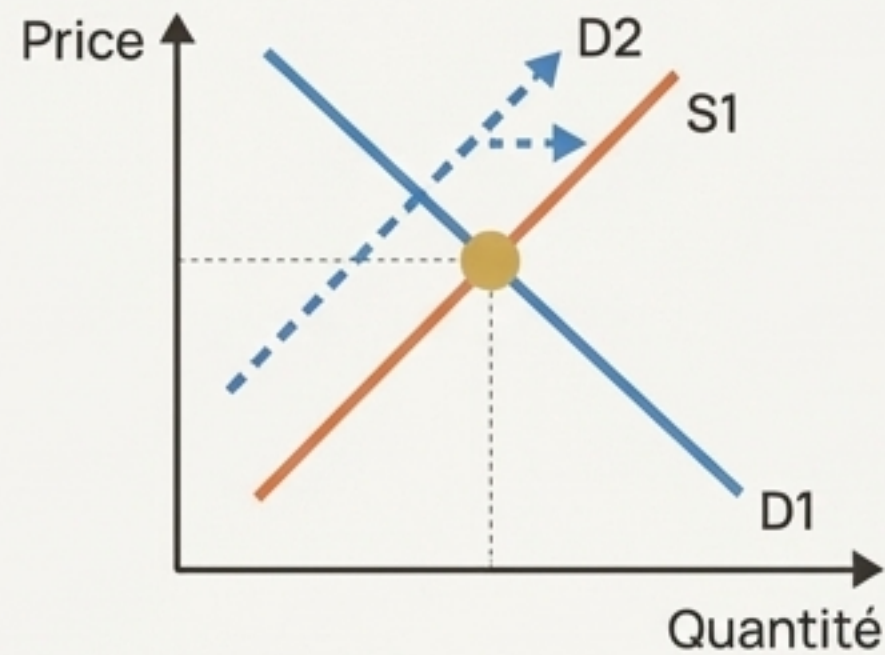
Ce graphique n'est pas juste un dessin, il explique les stratégies des plus grandes entreprises. Pensez au lancement d'un nouvel iPhone :

1. **Prix de lancement très élevé** : Apple cible les clients les plus passionnés (demande limitée mais forte).
2. **Le temps passe** : La demande initiale est satisfaite, les ventes ralentissent.
3. **Promotion ou nouveau modèle** : Pour relancer les ventes, Apple baisse le prix (ou un nouveau modèle pousse l'ancien vers le bas), ce qui attire une nouvelle vague de consommateurs.

Apple gère sa position sur la courbe de demande avec une précision d'horloger.



Un cas d'école récent : le marché des masques chirurgicaux.



Phase 1 (Début 2020) : La demande explose soudainement. L'offre ne peut pas suivre. Résultat : pénurie et envolée des prix.



Phase 2 (Milieu 2020) : Attirés par les prix élevés, de nouveaux fabricants se lancent. L'offre augmente massivement.



Phase 3 (Fin 2020/2021) : L'offre a rattrapé la demande. Les prix chutent et se stabilisent à un nouvel équilibre.

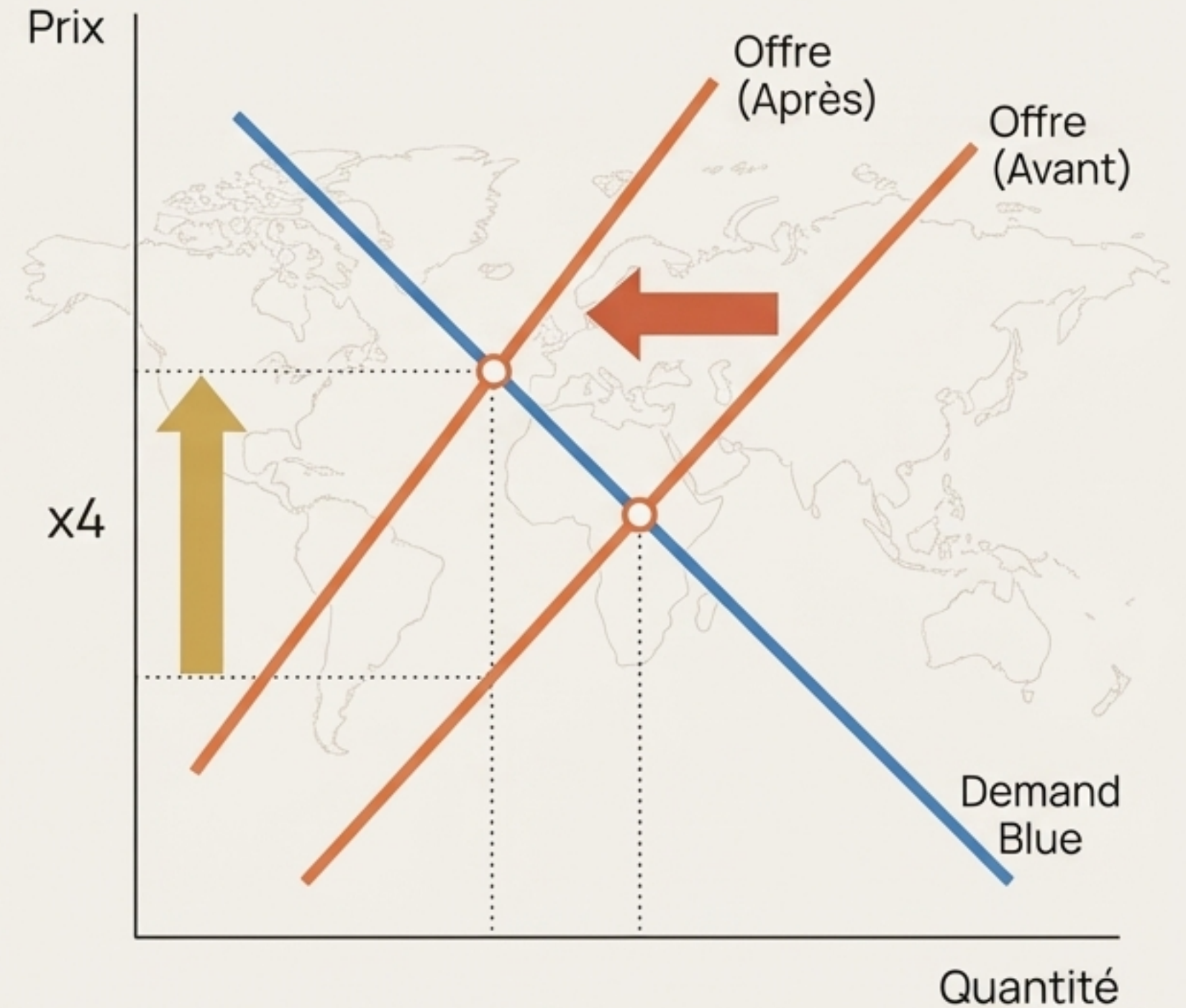
Vous avez vu ce mécanisme se dérouler en temps réel.

Quand le monde entier est impacté : le choc pétrolier de 1973.

Parfois, ce n'est pas le prix qui change, mais l'une des courbes elle-même qui se déplace brutalement. En 1973, les pays de l'OPEP décident de réduire drastiquement leur production de pétrole.

- **L'offre s'est effondrée** (la courbe d'offre s'est déplacée vers la gauche).
- **La demande mondiale est restée forte.**

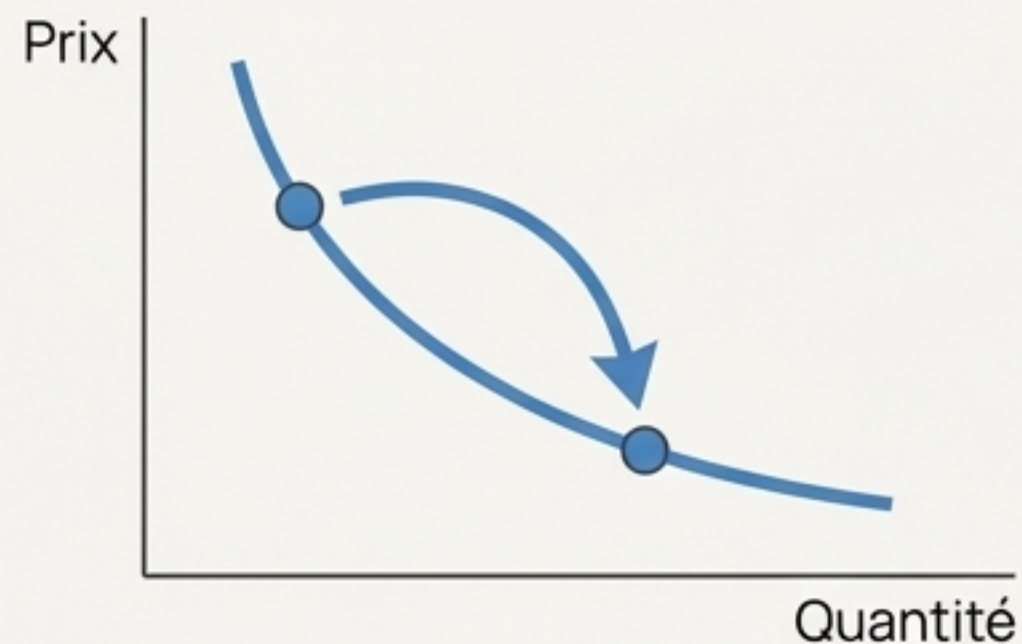
Le point d'équilibre a été projeté vers le haut : le prix du baril a été multiplié par quatre en quelques mois, plongeant l'économie mondiale dans la crise.



Votre avantage pour l'examen : la nuance qui fait la différence.

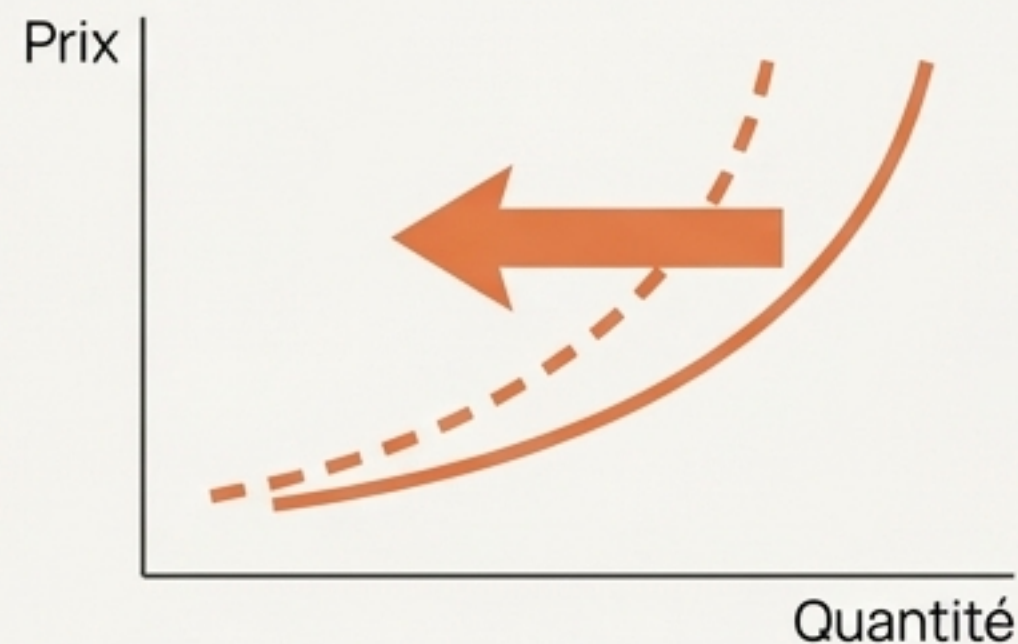
Voici une erreur fréquente, mais vous, vous ne la ferez pas. Il faut distinguer :

1. Déplacement LE LONG de la courbe :



C'est une simple réaction à un changement de PRIX.
(Ex: Une promo est lancée, on achète plus).

2. Déplacement DE TOUTE la courbe :



C'est un changement plus profond, dû à un facteur externe.
(Ex: Le choc pétrolier qui réduit l'offre disponible à N'IMPORTE QUEL prix).

Comprendre cette différence, c'est passer de 'connaître' à 'maîtriser'.
C'est ce qui vous donnera des points d'avance.



Vous ne verrez plus jamais le monde de la même façon.

Cette 'loi' n'est pas juste une théorie pour votre examen. C'est une nouvelle grille de lecture. À partir de maintenant, en lisant les infos, en analysant un concurrent ou en lançant votre propre projet, vous aurez ce 'super-pouvoir' : celui de comprendre les forces invisibles qui fixent la valeur des choses.

Vous êtes équipés, non seulement pour réussir votre BTS, mais pour prendre de meilleures décisions dans toute votre carrière. Félicitations pour votre concentration, vous avez maîtrisé un outil essentiel.

Pour aller plus loin :

Demandez-vous comment la demande pour un produit réagit à un changement de prix. C'est le concept d'élasticité, une autre clé de la stratégie d'entreprise.