

La microéconomie traditionnelle est une théorie. A ce titre, elle propose une représentation du fonctionnement de la société, qui repose sur un ensemble d'hypothèses censées tenir compte des caractéristiques considérées comme importantes. Les hypothèses ont pour but de décrire l'échange marchand ; elles reposent sur 2 principes : la rationalité individuelle et la concurrence parfaite.

En économie, le principe de rationalité signifie que les individus agissent en utilisant au mieux les ressources dont ils disposent, compte tenu des contraintes qu'ils subissent. Cette définition appelle trois commentaires. Tout d'abord, l'individu rationnel ou encore *l'homo œconomicus* est égoïste : il tient compte uniquement de son propre intérêt. Il constitue en outre une unité de décision autonome : son comportement n'est pas déterminé par des habitudes sociales consciemment ou inconsciemment assimilées. Son comportement est défini indépendamment de toute contrainte macrosociale. La définition de la rationalité est donc ahistorique. Enfin, l'individu rationnel est maximisateur, il effectue des choix qui maximisent sa satisfaction.

Un marché est en concurrence parfaite s'il présente quatre caractéristiques. Premièrement, l'atomicité des participants : il comprend un grand nombre de vendeurs et d'acheteurs dont le volume des échanges individuels est négligeable par rapport au volume global des échanges. Deuxièmement, l'homogénéité du produit : les agents échangent des biens rigoureusement identiques de telle sorte que les acheteurs sont indifférents à l'identité du vendeur. Troisièmement, la libre entrée, pour que les vendeurs ne puissent pas mettre en place une collusion. Quatrièmement, la transparence : les agents sont tous parfaitement informés du prix et de la qualité du produit.

Source : Pierre Cahuc, La nouvelle microéconomie, Repères La Découverte, 1993, pp. 6-7.

Reliez :

	•	La différenciation des produits est exclue car elle est un obstacle à la concurrence
	•	Comportements rationnels maximisateurs
<i>Homo œconomicus</i>	•	• Seul le prix et non la qualité du produit guide les échanges
Atomicité	•	• Les échanges selon la <i>main invisible</i> conduisent à un optimum de bien-être
Homogénéité du produit	•	• Aucun agent n'a le pouvoir d'influencer le prix
Transparence	•	• La concurrence doit être la plus grande possible
Libre entrée	•	• Accéder ou quitter le marché est sans coût
	•	Les collusions ou ententes sont exclues car obstacles à la concurrence
	•	Tous les acheteurs et vendeurs sont <i>price taker</i> (et non <i>price maker</i>)
	•	Tous les agents ont gratuitement la totalité des mêmes informations sur le produit