

GAINS A L'ECHANGE

Définition

Avantages procurés aux deux coéchangistes, l'offreur et le demandeur, par la spécialisation et l'échange.

Explications

Ces gains à l'échange sont liés au prix, plus élevé, qu'un consommateur serait prêt à payer sur le *marché* comparé au prix d'équilibre du marché, qui est le prix effectif de l'échange : c'est donc la différence entre ces deux prix (le surplus) qui fait, pour lui, l'intérêt de l'échange. Disons aussi que si le prix de marché est supérieur au prix qu'il serait disposé à payer, il ne participera pas lui-même à l'échange : dans ce cas, il aura donc plutôt intérêt à produire lui-même le bien qu'il veut consommer.

Pour le producteur, le gain est la différence entre le prix de marché et le prix, plus faible, auquel il serait prêt à vendre son produit. Si le prix de marché est inférieur au prix auquel il était disposé à offrir le produit, il n'a pas intérêt à vendre le produit. Sa spécialisation n'est pas la bonne : il vaut mieux qu'il fasse autre chose et qu'il achète le produit sur le marché.

- En classe de première, on insistera plutôt sur le fait que les gains sont liés à la différence de prix du marché et des prix auxquels les consommateurs sont disposés à payer et les offreurs à vendre leur produit.
- En classe de terminale, ces gains sont analysés en termes de **spécialisation**. Si un « pays » a un avantage dans un domaine, il aura intérêt à se spécialiser et à participer à l'échange international. S'il n'a pas d'avantage dans ce domaine, il aura intérêt à ne produire le bien mais à l'acheter en se spécialisant dans la production d'un autre bien. Le fondement de cette analyse repose sur les *avantages comparatifs*.

Indicateurs

- Les *gains à l'échange* peuvent être mesurés graphiquement sur un schéma offre/demande par la somme des surplus des producteurs et du surplus des consommateurs. C'est l'analyse classique du *marché* vue en classe de première.
- Ils peuvent être mesurés par l'augmentation de la production globale et donc de la consommation globale due à la *spécialisation*. C'est l'analyse classique en classe de Terminale du *commerce international*.

Tendances

Les *gains à l'échange* sont des notions très abstraites qu'il est difficile de mesurer au moins directement.

Dans le cadre du *commerce international*, les gains liés à la libéralisation progressive des échanges depuis la seconde guerre mondiale et à la *spécialisation* des « pays » semblent de plus en plus faibles. En effet, les droits de douane sont de nos jours très faibles, une réduction de ces droits n'aurait, sans doute, que peu d'effets. C'est ce qui explique les difficultés des négociations actuelles au sein de l'OMC.

Enjeux

- Si l'on s'intéresse, comme en classe de première, à l'échange et à sa représentation néoclassique, une des questions est celle de la forme du *marché* pour étudier les *gains à l'échange*. Sur un marché monopolistique, les gains à l'échange seront très certainement accaparés par le producteur sous forme d'une rente, d'un profit anormal. Dès lors, un des enjeux

est de savoir si l'État doit agir (mais comment ?) pour que l'échange ne soit pas à l'origine de rentes mais de bienfaits généralisés.

- Si l'on s'intéresse, comme en Terminale, aux échanges internationaux, il semble que les gains apportés par l'échange international soient plus liés aux effets positifs de la concurrence (innovations, etc.) qu'à la *spécialisation* proprement dit. Dès lors, s'agit-il seulement de se spécialiser et d'échanger. Ne s'agit-il pas aussi d'échanger pour participer à l'échange international et bénéficier des effets positifs de cette concurrence sans pour autant se spécialiser en abandonnant certaines productions ? On retrouve ici les enjeux du libre-échange.

Erreurs Fréquentes

- Croire que les gains liés à l'échange des uns (les offreurs par exemple) se font au détriment des autres (les demandeurs donc).
- Il est par contre vrai que la répartition de ces gains peut être plus ou moins favorable aux uns et aux autres.

Sources : d'après <http://ses.webclass.fr/> (+ mise à jour et modifications)