

Activité-jeu n 1 : L'expérience du marché concurrentiel

Contextualisation : Sur ce marché, les peintures sont considérées comme parfaitement homogènes, de qualités identiques, donc parfaitement substituables. Offreurs et acheteurs sont supposés rationnels et parfaitement informés. Chaque vendeur veut vendre son tableau le plus cher possible à un acheteur qui veut au contraire l'acheter le moins cher possible. Le bien artistique vendu sur ce marché a uniquement une fonction décorative.

Le jeu :

Répartition des rôles :

- 2 assistants qui joueront le rôle de « contrôleur de la légalité des échanges-annonceurs de prix »
- 1 Groupe de vendeurs (16 joueurs) : Ils recevront des cartes « vendeurs » (cf. annexe 1)
- 1 Groupe d'acheteurs (16 joueurs) : ils recevront des cartes « acheteurs » (cf. annexe 2)

Indications préalables :

- Chaque carte représente une « unité » d'un bien hypothétique qui peut s'échanger sur le marché
- Les cartes sont individuelles et ne doivent jamais être montrées aux autres joueurs, elles doivent rester secrètes.
- 5 à 7 tours de 5 min d'achat / vente seront organisés. Chacun pourra négocier son prix à chaque fois avec un autre partenaire.
- Le prix doit être un multiple de 0,50 unités monétaires, notée 0, 50 UM (pour faciliter l'information et les calculs)
- Quand acheteur et vendeur se mettent d'accord sur un prix d'échange, ils viennent tous les 2 près du tableau où se trouvent les assistants pour faire enregistrer leurs surplus (gains). Si leur opération est correcte, le vendeur et l'acheteur retournent à leur place et attendent la fin du tour.
- Certains n'arriveront pas à vendre ou à acheter. Leur surplus est nul.

But du jeu :

Pour le vendeur, il s'agit de vendre le plus cher possible.

Pour l'acheteur, il s'agit d'acheter le moins cher possible.

La différence entre le montant indiqué sur la carte et le prix négocié sera le gain (surplus) réalisé par chaque joueur. Celui qui aura le plus gros gain aura gagné.

Indications particulières :

POUR LES VENDEURS :

Vous pouvez vendre une seule unité par période de 5 mn.

- Le prix de l'unité que vous voulez vendre est égal au prix indiqué sur la carte.
- Vous n'avez pas le droit de vendre à perte. Vous devez vendre à un prix égal ou supérieur au prix indiqué sur la carte.

- Votre surplus est la différence entre le prix de vente et le coût indiqué sur la carte. Vous l'indiquez sur le document « surplus du vendeur » et vous le faites contrôler auprès des assistants en même temps que l'acheteur avec qui vous avez conclu l'échange.

ex : si votre carte vous indique que votre prix minimum auquel vous acceptez de vendre le bien est de 2 unités monétaires, et que vous négociez la vente à 3,5 unités monétaires, le surplus est de $3,5 - 2 = 1,5$ UM). Avec un prix de 2 UM vous n'êtes pas autorisé à vendre à un prix inférieur à 2 UM. Si par inadvertance vous concluez un prix de vente inférieur à 2 UM, la transaction sera annulée mais la carte sera rendue et vous reprendrez à nouveau les négociations.

Si tout est parfait, vous retournez à votre place et attendez le tour suivant.

Votre gain total est égal à la somme des gains accumulés pour toutes les périodes d'échange. Vous enregistrez vos gains sur la feuille de résultats ci-après.

Nom :	
Période	Gains des vendeurs
1	$\begin{array}{rcc} & - & = \\ \text{(prix)} & \text{(coût)} & \text{(gains)} \end{array}$
2	$\begin{array}{rcc} & - & = \\ \text{(prix)} & \text{(coût)} & \text{(gains)} \end{array}$
3	$\begin{array}{rcc} & - & = \\ \text{(prix)} & \text{(coût)} & \text{(gains)} \end{array}$
4	$\begin{array}{rcc} & - & = \\ \text{(prix)} & \text{(coût)} & \text{(gains)} \end{array}$
5	$\begin{array}{rcc} & - & = \\ \text{(prix)} & \text{(coût)} & \text{(gains)} \end{array}$
6	$\begin{array}{rcc} & - & = \\ \text{(prix)} & \text{(coût)} & \text{(gains)} \end{array}$
7	$\begin{array}{rcc} & - & = \\ \text{(prix)} & \text{(coût)} & \text{(gains)} \end{array}$
	Gain total pour toutes les périodes : €

POUR LES ACHETEURS :

- Vous pouvez acheter une seule unité par période de 5 mn.

- Le prix de d'achat de l'unité que vous voulez acheter est estimé égal au budget maximal indiqué sur la carte.

- Vous n'avez pas le droit d'acheter à un prix supérieur car vous vous feriez avoir. Vous devez acheter à un prix égal ou inférieur au prix indiqué sur la carte.

- Votre surplus est la différence entre le prix indiqué sur la carte et le prix d'achat. Vous l'indiquez sur le document « Surplus de l'acheteur » et vous le faites contrôler auprès des assistants en même temps que le vendeur avec qui vous avez conclu l'échange. Ex : si votre carte vous indique votre budget maximal est de 9 UM, et que vous négociez un prix d'achat de 4,5 UM, le surplus est de $9 - 4,5 = 3,5$ UM). Avec un budget de 9 UM vous n'êtes pas autorisé à acheter à un prix supérieur à 9 UM. Si par inadvertance vous concluez un prix d'achat supérieur à 9 UM, la

transaction sera annulée mais la carte sera rendue et vous reprendrez à nouveau les négociations. Si tout est parfait, vous retournez à votre place et attendez le tour suivant.

Votre gain total est égal à la somme des gains accumulés pour toutes les périodes d'échange. Vous enregistrez vos gains sur la feuille de résultats ci-après.

Nom	Gains des acheteurs		
Période			
1	(budget)	- (prix)	= (gains)
2	(budget)	- (prix)	= (gains)
3	(budget)	- (prix)	= (gains)
4	(budget)	- (prix)	= (gains)
5	(budget)	- (prix)	= (gains)
6	(budget)	- (prix)	= (gains)
7	(budget)	- (prix)	= (gains)
	Gain total pour toutes les périodes :		€

Annexes : Cartes à découper : (pour une classe composée de 16 acheteurs et de 16 vendeurs, cartes à imprimer en double exemplaire)

Annexe 1 : Cartes « vendeur »

<p>Vendeur :</p>  <p>Votre prix minimum est de 1 unité monétaire</p>	<p>Vendeur :</p>  <p>Votre prix minimum est de 2 unités monétaires</p>
<p>Vendeur :</p>  <p>Votre prix minimum est de 3 unités monétaires</p>	<p>Vendeur :</p>  <p>Votre prix minimum est de 4 unités monétaires</p>
<p>Vendeur :</p>  <p>Votre prix minimum est de 5 unités monétaires</p>	<p>Vendeur :</p>  <p>Votre prix minimum est de 6 unités monétaires</p>

<p>Vendeur :</p>  <p>Votre prix minimum est de 7 unités monétaires</p>	<p>Vendeur :</p>  <p>Votre prix minimum est de 8 unités monétaires</p>
--	---

Annexe 2 : Cartes « Acheteurs »

<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 10 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 9 unités monétaires</p>
<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 8 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 7 unités monétaires</p>
<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 6 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 5 unités monétaires</p>
<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 4 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 3 unités monétaires</p>

Exercice 1 à partir des résultats : Les courbes d'offre et de demande

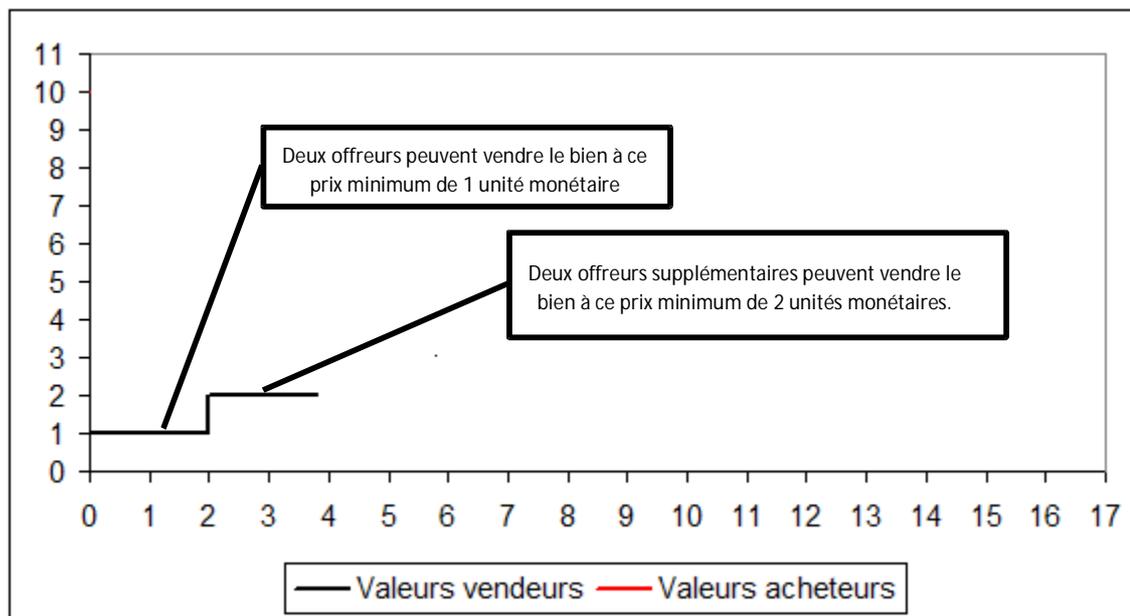
Les cartes ont été distribuées de manière à obtenir ce résultat.

La courbe d'offre

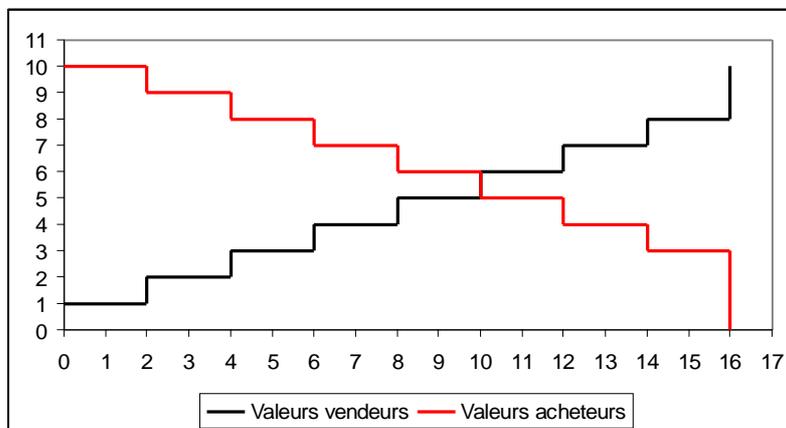
Prix minimum des vendeurs (en unités monétaires)	1	2	3	4	5	6	7	8
Quantité totale offerte pour chaque prix minimum	2	4	6	8	10	12	14	16
La courbe de demande								
Prix (Budget) maximum des acheteurs (en unités monétaires)	10	9	8	7	6	5	4	3
Quantité totale demandée pour chaque prix maximum	2	4	6	8	10	12	14	16

Questions :

1. Reproduire et compléter le graphique ci-dessous afin de représenter les courbes d'offre et de demande sur le graphique ci-dessous (rappel, les prix sont représentés sur l'axe des ordonnées et les quantités sur l'axe des abscisses).



Résultats :

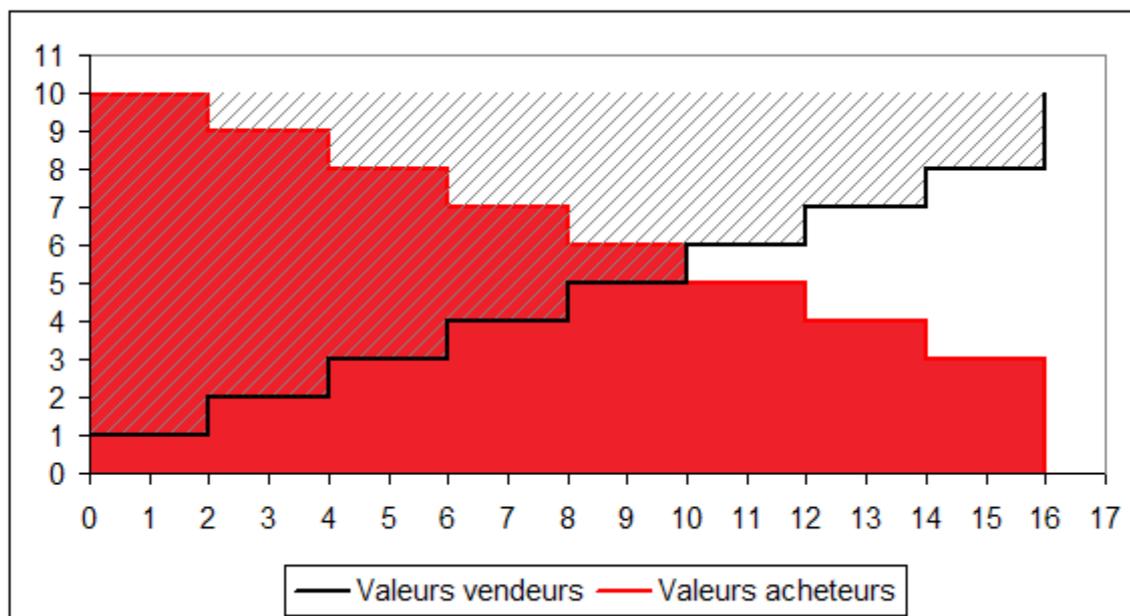


2. Comment évoluent l'offre et la demande ? Pourquoi ?

L'offre est une fonction croissante du prix, quand le prix augmente, la quantité offerte augmente. En effet, les offreurs sont incités à vendre quand ils peuvent vendre le plus cher possible. Ils dégagent un gain quand le prix auquel ils parviennent à vendre le bien est supérieur au prix minimum auquel ils étaient prêts à vendre compte tenu de leurs coûts de production. Le surplus du producteur = prix de vente - prix minimal du vendeur (coûts de production).

La demande est fonction décroissante du prix, quand le prix diminue, la quantité demandée augmente. En effet, les demandeurs sont incités à acheter quand ils peuvent acheter au prix le plus bas possibles. Ils dégagent un gain quand le prix auquel ils parviennent à acheter le bien est inférieur au prix maximum qu'ils étaient prêts à payer pour le bien compte tenu de leurs goûts et leurs budgets. Le surplus du consommateur = budget maximal de l'acheteur – prix d'achat effectivement payé.

3. Identifiez, par un code couleur de votre choix, les aires sur le graphique qui correspondent d'une part à la zone des achats possibles des demandeurs, d'autre part à la zone des ventes possibles des producteurs.



En rouge, la zone des achats possibles compte tenu des budgets maximaux des consommateurs.

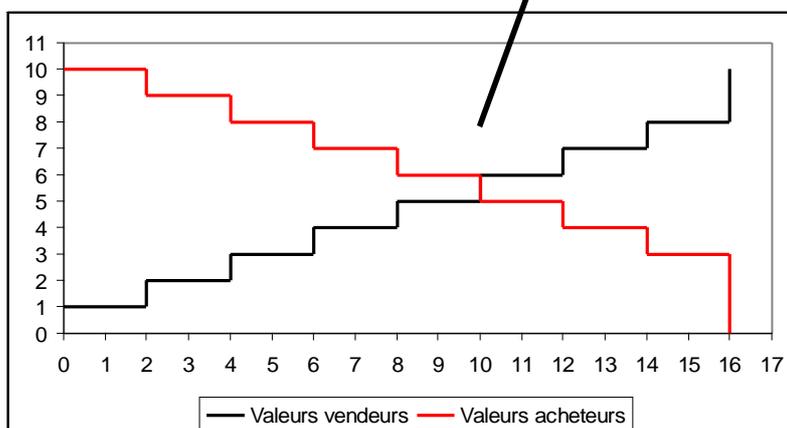
En hachure grise, la zone des ventes possibles compte tenu des prix minimaux des producteurs.

4. A quoi correspond le point d'intersection entre les deux courbes sur le graphique ? Interprétez économiquement ce que cela signifie.

Le point d'intersection entre les deux courbes sur le graphique correspond au point d'équilibre entre l'offre et la demande. Lorsque le prix est égal à 5,5 unités monétaires et la quantité à 10 unités du bien, alors les quantités offertes et quantités demandées sont égales.

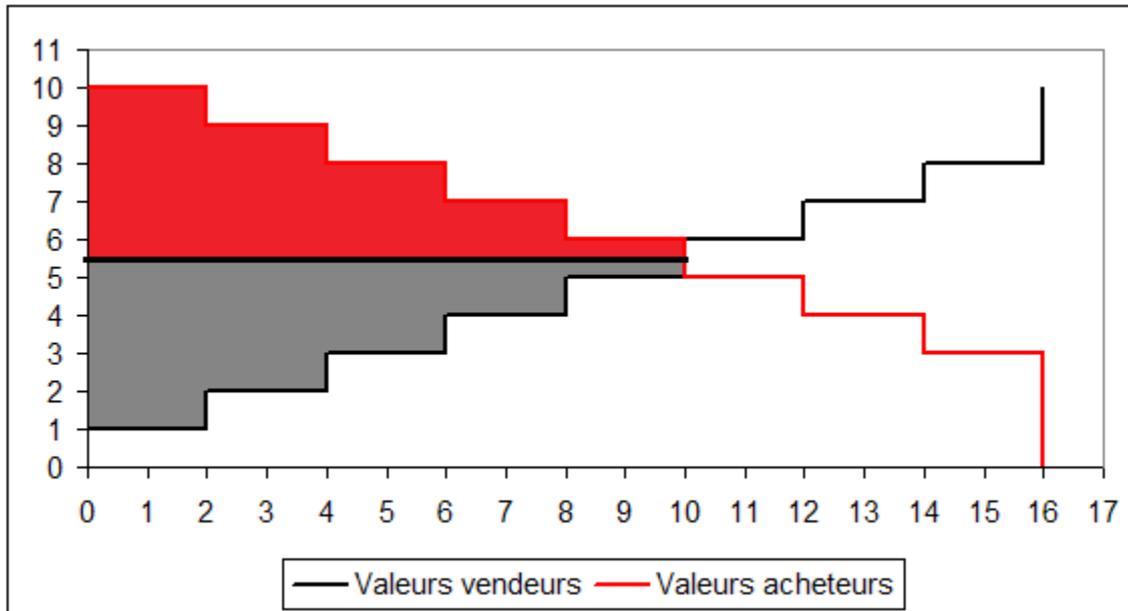
L'équilibre concurrentiel

Point d'intersection entre les deux courbes correspondant à l'équilibre concurrentiel (offre = demande). La quantité d'équilibre est de 10, le prix d'équilibre est compris entre 5 et 6 unités monétaires

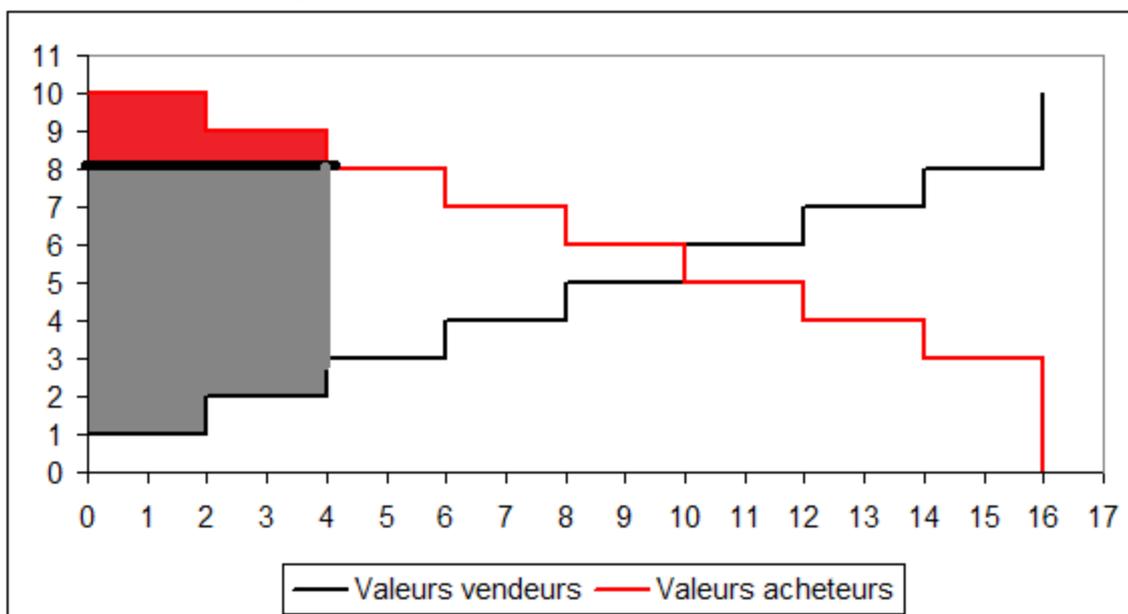


5. A l'équilibre du marché, le surplus total des producteurs correspond à la différence entre le prix de marché (prix d'équilibre) et le prix minimal auquel chacun d'entre eux était prêt à vendre le bien. Identifiez l'aire qui correspond au surplus global des producteurs sur le graphique.

Le surplus total des consommateurs correspond à la différence entre le prix maximum auquel chacun d'entre eux était prêt à acheter le bien et le prix effectivement payé (prix d'équilibre). Identifiez l'aire qui correspond au surplus global des consommateurs sur le graphique.



6. Si le prix de marché n'est pas le prix d'équilibre, prenons un prix unique de 8 unités monétaires. Comment évoluent le surplus global des producteurs et le surplus global des consommateurs. Interprétez.



L'augmentation du prix a diminué le surplus des consommateurs au profit de quelques producteurs. La quantité totale échangée a diminué, car à ce prix, certains consommateurs n'ont pas pu acheter le bien, donc certains producteurs n'ont pas pu vendre leur bien. Les gains collectifs à l'échange diminuent.

7. Quelle situation semble la plus optimale pour les offreurs et les demandeurs ? Pourquoi ?

La situation optimale pour les consommateurs et producteurs correspond à l'équilibre concurrentiel, car les quantités offertes sont égales aux quantités demandées, les gains des consommateurs et des producteurs sont maximaux. La situation d'équilibre satisfait le plus grand nombre d'acheteurs et le plus grand nombre de vendeurs.

9. Que constate-t-on ?

D'après la loi de l'offre et la demande, les échanges sur un marché concurrentiel tendent à converger vers le prix d'équilibre.

Bilan : Quels enseignements peut-on tirer de ce jeu sur le fonctionnement d'un marché concurrentiel ?

Par tâtonnement et sans aucune intervention étatique, des producteurs contraints par leur coûts et des acheteurs contraints par leur budget, échangeant sur un marché produisent :

- Un marché dont les prix tendent vers l'équilibre
- Un marché qui en s'approchant de l'équilibre satisfait le plus grand nombre d'acheteurs et de vendeurs
- Un marché qui en s'approchant de l'équilibre permet d'augmenter au maximum les gains collectifs.

Un marché parfaitement concurrentiel est donc une situation où il y a une multitude de vendeurs et d'acheteurs sans qu'aucun ne soit capable d'imposer sa loi et donc son prix. C'est le prix qui s'impose à eux.

Pour qu'un marché fonctionne suivant ce fonctionnement, il doit respecter **les hypothèses** du modèle de la concurrence pure et parfaite :

- Atomicité
- Homogénéité du produit
- Libre entrée
- Transparence

Les agents économiques (acheteurs et vendeurs) doivent être rationnels et égoïstes :

Les consommateurs cherchent à maximiser leur satisfaction en tenant compte d'une contrainte de budget, c'est-à-dire maximiser ses satisfaction tout en minimisant ses coûts.

Les producteurs cherchent à maximiser leur profit en tenant compte de ses coûts de production.

Activité - jeu n 2 : La simulation d'une vente aux enchères dans un contexte d'information parfaite sur la qualité des œuvres d'art

Le marché de l'art contemporain est un marché particulier dont les biens peuvent être achetés et revendus dans le but de réaliser une plus-value. Cette revente se fait sur le marché secondaire notamment sous forme de ventes aux enchères dans des sociétés de ventes spécialisées dans cette activité.

Vous participez à une vente aux enchères dans la fameuse maison de ventes Christie's.

Trois œuvres font l'objet d'une vente aux enchères dont les valeurs artistiques ainsi que les prix de mise en vente respectifs sont connus.

But du jeu :

- Le but du jeu pour le **vendeur** est de réaliser la plus grande plus-value. Il attend de cette vente aux enchères que la différence entre le prix de vente aux enchères et son prix initial de mise en vente soit la plus élevée possible. Son rôle est passif, il se contente de suivre le déroulement des enchères et de calculer le gain réalisé dès que son œuvre est vendue.

Le gagnant est celui qui a réalisé la plus grande plus value. On classe les vendeurs par ordre décroissant de plus-value réalisée.

- Le but du jeu pour **l'acheteur** est d'acquérir l'œuvre pour enrichir sa collection d'une œuvre d'art unique et d'une qualité exceptionnelle reconnue dans le monde de l'art, c'est-à-dire **acheter l'œuvre qui a la plus grande valeur artistique**. En effet, cet achat est un moyen pour lui de démontrer son appartenance sociale par l'achat d'une œuvre prestigieuse et outrageusement onéreuse (consommation ostentatoire).

Le grand gagnant est celui qui a acquis l'œuvre la mieux cotée dans le monde de l'art, un classement des acheteurs se fera par ordre décroissant de valeurs artistiques acquises, ceux qui n'ont rien acheté ont perdu. En cas de joueurs ex aequo, le plus jeune remporte l'œuvre.

Répartition des rôles dans la classe et règles du jeu :

- l'enseignant est le commissaire-priseur qui présente l'œuvre, son prix de départ et adjuge le bien au plus offrant.
- 18 élèves sont de potentiels acheteurs. Leur budget maximal pour cette vente est fixé par une carte distribuée de manière aléatoire au début de la partie (cf. **annexe 1**). Chaque acheteur a pour rôle de faire monter les enchères sur les œuvres qu'il souhaite acquérir dans la limite de son budget. Si un acheteur est intéressé par une œuvre, il doit proposer un prix plus élevé d'une unité monétaire (+ 1UM) par rapport au prix de départ ou au prix proposé par un autre acheteur potentiel du bien qu'il l'intéresse. L'acheteur qui fait la meilleure offre acquiert l'œuvre.

Exemple : Si le prix de départ proposé par le vendeur est de 6 UM, une première proposition fait monter le prix à 7 UM (6 UM +1), une seconde offre peut être faite à 8UM (7UM +1) dans la limite du budget de l'acheteur etc.

- 3 élèves sont vendeurs d'une œuvre d'art, ils connaissent la qualité de l'œuvre d'art dont ils souhaitent se séparer et ne veulent pas la vendre à un prix inférieur à sa valeur artistique, leur but étant de réaliser une plus-value
- le reste de la classe fait partie des observateurs qui analysent le déroulement et les résultats de cette expérience des enchères.

Document à distribuer et à lire par les élèves avant la mise en vente (et à vidéo-projeter lors des enchères)

La richesse des acheteurs est inégale et distribuée de manière aléatoire dans le groupe d'acheteurs. Le jeu contient 18 cartes « acheteurs » avec des budgets maximaux allant de 7UM à 17UM, les pouvoirs d'achat sont donc inégalement répartis parmi les acheteurs.

Trois œuvres font l'objet de la vente de ce jour chez Christie's :

Vous disposez d'un descriptif sur la qualité de l'œuvre (valeur artistique) et de son prix de mise en vente de départ.

1^{ère} vente : *Abstraktes Bild* de Gerhard RICHTER



L'artiste allemand vivant G. Richter a été classé numéro 1 avec un indice de 118 700 points au classement du Kunst Kompass 2014.

L'œuvre a été vendue la dernière fois chez Sotheby's Londres en 2015

Prix minimum proposé par le vendeur : **8 unités monétaires.**

2^{ème} vente : La photographie de Cindy SHERMAN, pris en 1982, et intitulé #96



L'artiste américaine vivante C.Sherman a été classée numéro 5 avec un indice de 70 280 points au classement du Kunst Kompass 2014.

L'œuvre a été vendue la dernière fois chez Christie's Londres en 2011.

Prix minimum proposé par le vendeur : **7 unités monétaires.**

3^{ème} vente : Il cavaliere di Toledo de William KENTRIDGE



L'artiste africain vivant **William Kentridge** a été classé numéro 8 avec un indice de 55 644 points au classement du Kunst Kompass 2014.

L'œuvre a été exposée Via Armando Diaz 22, à Naples (Italie).

Prix minimum proposé par le vendeur : **6 unités monétaires.**

Début des enchères ! Les enchères commencent par la vente de l'œuvre numéro 1.

Questions :

1. Quelle stratégie l'acheteur devait-il mettre en place pour gagner ?
2. Tous les acheteurs avaient-ils les mêmes chances de gagner le jeu ?

3. La hiérarchie des valeurs artistiques est-elle similaire à la hiérarchie des prix de ventes réalisés aux enchères ?

Quand l'information sur la qualité des œuvres est transparente, les prix montent sur les œuvres dont la qualité est établie, car la stratégie employée consiste à faire monter les enchères sur l'œuvre dont la valeur artistique est la plus élevée.

Ce sont les personnes plus riches qui font monter les enchères le plus haut. Plus la richesse est élevée, plus le prix de l'œuvre monte.

Le prix attribué aux enchères reflète bien la valeur artistique des œuvres, dans le sens où on observe que la hiérarchie de la valeur artistique et celle des prix sont similaires. -> marché efficient

Activité - jeu n 3 : La simulation d'une vente aux enchères dans un contexte d'information imparfaite sur la qualité des œuvres d'art

Vous participez à une vente aux enchères organisée par une maison de vente aux enchères qui vient d'ouvrir ses portes.

Trois œuvres font l'objet d'une vente aux enchères, seul le prix de départ proposé par le vendeur sur son œuvre est connu. L'acheteur n'a aucun élément objectif a priori sur la qualité de l'œuvre qu'il achète au vendeur.

But du jeu :

- Pas de modification du but du vendeur par rapport au jeu numéro 2 : le **vendeur** doit réaliser une vente avec une plus-value. Il attend de cette vente aux enchères que la différence entre le prix de vente aux enchères et son prix de mise en vente soit la plus élevée possible. Son rôle est passif, il se contente de suivre le déroulement des enchères et de calculer le gain réalisé lors de la vente.
- Modification du but de l'acheteur par rapport au jeu numéro 2 : Le but du jeu pour l'**acheteur** est d'acquérir l'œuvre qui est la plus appréciée de tous, ne connaissant pas lui-même la valeur artistique des œuvres vendues. Ainsi doit-il supposer que les autres acheteurs sont mieux informés que lui.

Le gagnant est celui qui a acquis l'œuvre la mieux cotée du marché, ceux qui ont acheté les œuvres les moins appréciées ou n'ont rien acheté ont perdu.

Répartition des rôles dans la classe et règles du jeu :

- l'enseignant est le commissaire-priseur qui annonce les ventes, le prix de départ et adjuge le bien au plus offrant.
- 18 élèves sont de potentiels acheteurs. Leur budget maximal pour cette vente est fixé par une carte distribuée de manière aléatoire au début de la partie (cf. annexe 1). Chaque acheteur a pour rôle de faire monter les enchères sur les œuvres qu'il souhaite acquérir dans la limite de son budget. Si un acheteur est intéressé par une œuvre, il doit proposer un prix plus élevé d'une unité monétaire (+ 1UM) par rapport au prix de départ ou au prix proposé par un autre acheteur potentiel du bien qu'il l'intéresse. L'acheteur qui fait la meilleure offre acquiert l'œuvre.

Exemple : Si le prix de départ proposé par le vendeur est de 6 UM, une première proposition fait monter le prix à 7 UM (6 UM +1), une seconde offre peut être faite à 8UM (7UM +1) dans la limite de son budget etc.

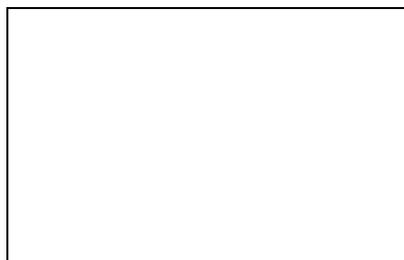
- un élève est vendeur de trois œuvres d'art reçues en héritage d'un lointain parent, il souhaite tirer le meilleur prix de la vente de ses œuvres d'art dont il ne connaît pas vraiment la valeur artistique et se tourne vers une maison de vente qui vient d'ouvrir dans sa ville. La maison de vente lui propose de mettre en vente chacune de ses œuvres à un prix de départ de 6 unités monétaires.

- le reste de la classe fait partie des observateurs qui analysent le déroulement et les résultats de cette expérience des enchères.

Document à distribuer aux élèves avant la mise en vente (et à vidéo-projeter lors des enchères)

Trois œuvres font l'objet de la vente de ce jour dans cette maison de vente :

1^{ère} vente : *The Holy Virgin Mary*
de Chris Ofili



Prix minimum proposé par le vendeur : **6 unités monétaires.**



2ème vente
La petite
fille au
ballon de
Banksy



Prix minimum proposé par le
vendeur : **6 unités monétaires.**

3ème vente : Œuvre sans titre de
Jean-Michel Basquiat



Prix minimum proposé par le
vendeur : **6 unités monétaires.**

Phase 1 du jeu : Début des enchères pour chaque œuvre.

Phase 2 (on ne dévoile pas la phase 2 du jeu avant que la phase 1 n'ait eu lieu, ainsi on peut observer en principe que les enchères montent sur l'œuvre de Banksy, les acheteurs peu informés (ou peu compétents) privilégiant l'information médiatique (document 3 (vidéo) traité au début du chapitre).

Consigne pour la phase 2 : La vente aux enchères doit être annulée pour vice de procédures (de faux acheteurs ont fait grimper les prix artificiellement). Une seconde vente sur les mêmes œuvres a lieu.

Questions :

1. Quelle stratégie l'acheteur devait-il mettre en place pour gagner ?
2. Tous les acheteurs avaient-ils les mêmes chances de gagner le jeu ?
3. Quelle peut être la conséquence de la stratégie adoptée par les acheteurs sur le prix d'une œuvre donné par le marché relativement à sa « vraie valeur »?
4. La hiérarchie des valeurs artistiques est-elle similaire à la hiérarchie des prix de ventes réalisés aux enchères ?
5. Dans quels autres marchés observe-t-on aussi ce type de comportement ? Sont-ils rationnels ?

Quand l'information sur la qualité des œuvres est imparfaite, les agents économiques n'ont pas confiance en leurs propres évaluations sur la qualité de l'œuvre qui est incertaine. Leurs comportements d'achat deviennent des **comportements mimétiques** : pour gagner, il faut imiter les autres.

Les plus riches ont plus de chances de gagner car ils peuvent davantage faire monter les enchères sur l'œuvre appréciée de tous.

Si les comportements mimétiques se développent, la demande d'une œuvre peut augmenter et faire monter son prix indépendamment de sa « vraie valeur » (valeur artistique). Des informations médiatiques peuvent introduire un bruit sur le marché qui cristallise les acheteurs sur l'acquisition d'une œuvre sans pour autant savoir apprécier objectivement sa valeur artistique. Ces comportements mimétiques peuvent générer des bulles spéculatives (= niveau de prix sur un marché excessif par rapport à la valeur intrinsèque du bien échangé).

Ces comportements mimétiques s'observent sur les marchés potentiellement spéculatifs comme par exemple les marchés boursiers. Est-il rationnel d'adopter un comportement mimétique ? Selon l'économiste keynésien A. Orléan, l'imitation est une réponse rationnelle à un manque d'information. En situation d'incertitude (radicale ou pas), un agent a intérêt à imiter un autre agent (appelé « modèle »), car il augmente ses performances individuelles.

Les comportements mimétiques font monter les cours comme anticipés. On dit que ces anticipations sont des prophéties autoréalisatrices. Donc les comportements mimétiques ne sont pas irrationnels individuellement.

Manque d'information => anticipation d'une hausse du prix => comportements mimétiques => achats massifs du bien => hausse effective des prix => revente avec plus-value

Le prix attribué aux enchères ne reflète pas la valeur artistique des œuvres, dans le sens où on observe que la hiérarchie de la valeur artistique et celle des prix ne sont pas similaires. -> marché inefficent.

Dévoiler le rôle des informations médiatiques :

On connaît à présent la valeur des œuvres données par le marché.

L'œuvre numéro 1 de Chris Ofili a été vendue aux enchères à 4,6 millions de dollars en 2015 chez Christie's.

L'œuvre numéro 2 de Banksy a été vendue à 1,185 millions d'euros en 2018 chez Sotheby's, soit environ 1,34 millions de dollars.

L'œuvre numéro 3 de J. Michel Basquiat a été vendue 110,5 millions de dollars chez Sotheby's.

On fera remarquer que les enchères ont pu monter sur l'œuvre la moins cotée à cause d'une information médiatique (document 3 du cours) que les élèves ont retenue faute de connaissance des œuvres d'art vendues. Ils se sont fiers à un « bruit » introduit sur le marché.

Pour aller plus loin : Deux documents complémentaires

Document 1 : Ce jeu s'inspire de la « métaphore du concours de beauté » de J. M. Keynes, celui-ci cherchant à expliquer comment se forment les bulles spéculatives sur les marchés financiers

« La technique du placement peut être comparée à ces concours organisés par les journaux où les participants ont à choisir les six plus jolis visages parmi une centaine de photographies, le prix étant attribué à celui dont les préférences s'approchent le plus de la sélection moyenne opérée par l'ensemble des concurrents. Chaque concurrent doit donc choisir non les visages qu'il juge lui-même les plus jolis, mais ceux qu'il estime les plus propres à obtenir le suffrage des autres concurrents, lesquels examinent tous le problème sous le même angle. Il ne s'agit pas pour chacun de choisir les visages qui, autant qu'il en peut juger, sont réellement les plus jolis ni même ceux que l'opinion moyenne considérera réellement comme tels. Au troisième degré où nous sommes déjà rendus, on emploie ses facultés à découvrir l'idée que l'opinion moyenne se fera à l'avance de son propre jugement. Et il y a des personnes, croyons-nous, qui vont jusqu'au quatrième ou au cinquième degré ou plus loin encore ».

Source : J. M. Keynes, 1936, *Théorie générale de l'emploi, de l'intérêt et de la monnaie* (chapitre XII)

Document 2 : Les marchés sont considérés efficaces si la valeur de marché reflète la « vraie valeur » d'un actif. A quoi correspond la « vraie valeur » d'une action ?

Eugène Fama¹ (1965) est le premier à donner une définition précise d'un marché financier efficace : « Sur un marché efficace, la concurrence que se livre un grand nombre d'opérateurs avisés, crée une situation dans laquelle, à chaque instant, les prix des [différents titres] reflètent les effets de l'information basée d'une part, sur des événements qui se sont déjà produits et, d'autre part, sur des événements que le marché s'attend à voir dans le futur. En d'autres termes le prix pratiqué est, à tout moment, une bonne estimation de la valeur intrinsèque du titre ». La valeur intrinsèque d'un titre pouvant se définir comme le flux de revenus qu'il va générer. Dans le cas des actions, ces revenus prendront la forme de dividendes versés par l'entreprise. La valeur fondamentale d'une action est donc égale à la valeur actualisée² des flux des dividendes distribués par l'entreprise.

Notes :

1. Eugène Fama, économiste américain (1939 - ...), auteur de travaux précurseurs sur l'efficacité des marchés financiers.
2. Elle correspond à la « valeur actuelle » des dividendes futurs, compte tenu de l'inflation ou du rendement de placements sans risque.

Source : « Eléments de Finance comportementale », Cours de Christophe Barraud (Dexia Securities) à l'Université Paris Dauphine

Annexe 1 : Cartes « acheteurs » (pour un groupe de 18 élèves, imprimez les cartes 7UM à 13UM en double exemplaire, les cartes 14UM, 15UM, 16UM et 17UM en exemplaire unique)

<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 7 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 8 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 9 unités monétaires</p>
<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 10 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 11 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 12 unités monétaires</p>
<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 13 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 14 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 15 unités monétaires</p>
<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 16 unités monétaires</p>	<p>Acheteur :</p>  <p>Votre budget maximum est de 17 unités monétaires</p>	