

Science économique
Chapitre ... : Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?

Questionnement	Objectifs d'apprentissage
<p>Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?</p> <p>Vocabulaire : <i>Pouvoir de marché, Barrières à l'entrée, Entente, Monopole, Oligopole, Dilemme du prisonnier, Politique de la concurrence, Abus de position dominante, Fusions, Acquisitions.</i></p>	<p>☞ Comprendre :</p> <ul style="list-style-type: none"> - Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (nombre limité d'offeurs, ententes et barrières à l'entrée). - Comprendre que le monopole est faiseur de prix et être capable de donner des exemples de monopoles (monopole naturel, institutionnel et d'innovation). - Comprendre, à l'aide de représentations graphiques et/ou d'un exemple chiffré, que l'équilibre du monopole n'est pas efficace. - Comprendre ce qu'est un oligopole et, à l'aide du dilemme du prisonnier, pourquoi les firmes en oligopole ont intérêt à former des ententes. - Comprendre que la politique de la concurrence, en régulant les fusions-acquisitions et en luttant contre les ententes illicites et les abus de position dominante, augmente le surplus du consommateur.

A. Comment les entreprises parviennent-elles à bénéficier d'un pouvoir de marché ?
1) Concurrence imparfaite et pouvoir de marché

- 1- **Exercice** : Complémentaire à la concurrence parfaite où un grand nombre d'entreprises vendent un produit indifférencié à un grand nombre d'acheteurs, il existe d'autres structures de marché, beaucoup plus courantes.

	Exemples de marché
①	Red Bull, Monster, Burn et Dark Dog Academy se partagent plus de 70% du marché des boissons énergisantes.
②	Dans mon quartier, il y a un vendeur de Kebab, un McDonald's et un Pizza Hut.
③	Microsoft est la seule entreprise à fournir un système d'exploitation commercial (Windows) sur les PC.
④	Seuls quelques Etats achètent des sous-marins nucléaires.
⑤	Les agriculteurs vendent leurs récoltes à 4 grandes centrales d'achat qui détiennent 90% du marché.
⑥	La SNCF est l'unique entreprise offrant des services de transport de voyageurs en France.
⑦	Dans un village de 5000 habitants, il y a 2 plombiers
⑧	Imperial Tobacco est le seul acheteur de cigarettes en France (qu'il redistribue ensuite par le biais des buralistes).
⑨	2 vendeurs de glace se font face sur la digue, dans une station balnéaire.
⑩	Coca-Cola et Pepsi sont les principaux fournisseurs de sodas.

Q1 Chacune des situations décrites dans le tableau correspond-elle à une concurrence parfaite ? Pourquoi ?

Q2 Placez ces différents exemples (leur n°) dans le tableau ci-dessous. Cherchez à nommer les différentes formes de marché ainsi déterminés.

Demandeurs	Offeurs		
	Un	Quelques-uns	Nombreux
Un	(Monopole bilatéral)	(Monopsonne contrarié)	<u>Monopsonne</u> :
Quelques-uns	(Monopole contrarié)	(Oligopole bilatéral)	Oligopsonne :
Nombreux	<u>Monopole</u> :	Oligopole : Duopole :	<u>Concurrence parfaite</u>

Q3 Pour chacune des structures soulignées, dites qui est en position de force, l'offreur ou le demandeur ? La position de force concerne quel domaine ?

Les entreprises veulent éviter la concurrence parfaite pour s'assurer un pouvoir de marché.

Q4 Qu'est-ce qu'une concurrence imparfaite, un pouvoir de marché ?

2) Le pouvoir de marché dépend des barrières à l'entrée

2- Des obstacles à la concurrence



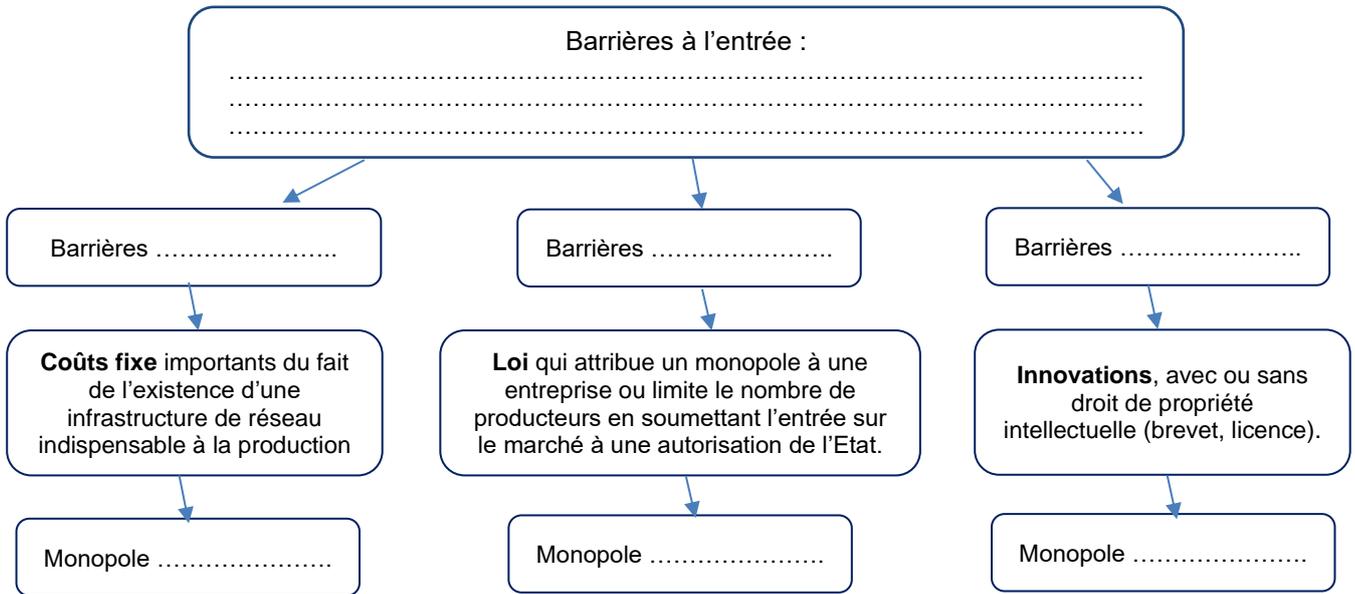
Tesla, société privée dont le 1^{er} actionnaire et dirigeant est Elon Musk, est un des leaders mondiaux de la voiture électrique. En 2023, Tesla représente : 12% du 1^{er} marché de voiture électrique, la Chine, 25% du 2^{ème} marché, l'UE, 70% du 3^{ème} marché, les Etats-Unis.



La **SNCF**, société publique (100% = Etat), est de très loin le principal acteur du transport ferroviaire de voyageurs en France. Depuis une loi de 2018, ce marché a été ouvert à la concurrence.

- Q1 Identifiez les obstacles qui limitent l'entrée de nouveaux concurrents.
 Q2 Selon vous, quel est l'effet de ces structures de marché sur le prix de vente ?

3- Les principales barrières à l'entrée empêchant l'accès au marché
 A compléter en classe.



- 1 Associez les situations suivantes aux différents types de barrières à l'entrée (deux possibilités parfois) :
- a) En France, l'ouverture d'un cabinet de notaire est soumise à la délivrance d'une autorisation de l'État pour certaines parties du territoire.
 - b) La société SCV Domaine Skiable gère les remontées mécaniques de la station de Serre-Chevalier.
 - c) Depuis la fin des années 1990, Nestlé a déposé 1 700 brevets pour protéger pendant 20 ans le concept de sa machine à café et de ses capsules.
- 2 Associez les exemples suivants aux différents types de monopoles (plusieurs possibilités parfois) :
- a) En janvier 2022, 92 % des recherches sont effectuées avec le moteur de recherche Google.
 - b) Enedis (filiale d'EDF) est la seule et unique entreprise chargée de la distribution de l'électricité en France.
 - c) Aujourd'hui, en France, Airbnb domine le marché de la location de vacances.
- 3 Parmi les trois types de barrières à l'entrée, laquelle découle du comportement des entreprises ? Des caractéristiques du marché ? D'une décision des pouvoirs publics ?

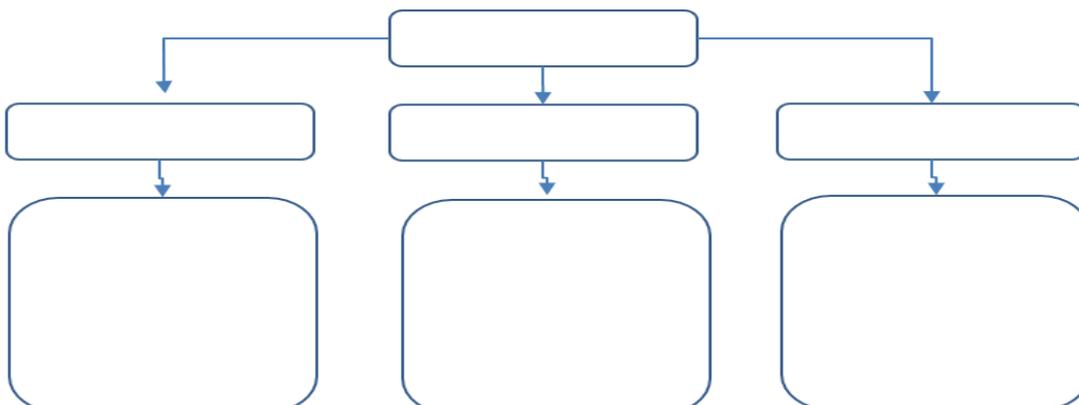
→ Document 3 p.39. Répondre aux questions proposées.

3) Le pouvoir de marché peut aussi reposer sur des ententes



4- Une entente : les hôpitaux et le cartel du lino – L'œil du 20H, 24/11/2022
<https://www.youtube-nocookie.com/embed/J31QNWMR3qM?rel=0&enablejsapi=1&loop>

- Q1 Sur quoi a porté l'entente entre les 3 fabricants ?
 Q2 Expliquez comment former une entente a permis à ces fabricants d'acquérir un pouvoir de marché plus important ?
 Q3 Quel est le préjudice estimé pour les hôpitaux justifiant la plainte déposée contre les fabricants de lino ?
 Q4 Sur quoi vent encore porter les ententes entre entreprises ? Pour répondre vous complétez le schéma suivant :



S'entraîner
 p. 39 -
 Autoévaluation et
 raisonnement.

B. Des marchés monopolistiques et oligopolistiques et la régulation de la concurrence ?

1) Des monopoles faiseurs de prix et souvent inefficaces

→ Document 2, 3 p.40-41. Répondre aux questions proposées.

Quelle quantité avez-vous intérêt à produire pour maximiser votre profit ?

Quantité écoulee (Demande)	1	2	3	4	5	6	7	8
Prix	20 €	18 €	16 €	14 €	12 €	10 €	8 €	6 €
Recette totale	20	36				60		
Coût total	6	12				36		
Profit	14	26				26		
Recette marginale	20	16				0		
Coût marginal	6	6				6		

5- L'inefficacité de l'équilibre du monopole

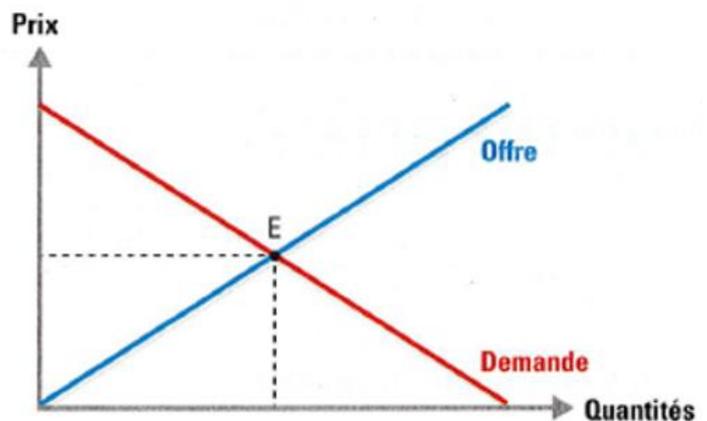
Q1 Indiquez sur le graphique ci-contre :

- Le prix en situation de monopole (P_M)
- Le prix en situation de concurrence parfaite (P_{CP})
- Les quantités échangées en situation de monopole (Q_M)
- Les quantités échangées en situation de concurrence parfaite (Q_{CP})

Q2 Comparez les prix et les quantités échangées en concurrence parfaite et en situation de monopole.

Q3 Rappelez ce que signifie le surplus du producteur et du consommateur.

Q4 Complétez le tableau ci-dessous en indiquant les lettres correspondant aux différentes surfaces que vous aurez préalablement déterminé sur le graphique (a, b, c, d, e).



	Marché concurrentiel	Monopole
Surface du surplus du producteur		
Surface du surplus du consommateur		
Surface du surplus total		

Q5 Quels sont les effets du monopole sur le surplus du consommateur ? Sur le surplus du producteur ? Sur le surplus total ?



p.41 – Autoévaluation et Mobilisation des connaissances.

2) En oligopole, l'intérêt des firmes est de former des ententes



6- Le défi de l'innovation sur le marché des smartphones (Le Monde)

<https://www.youtube.com/watch?v=y-YPPkvwWxi>

Q1 Pourquoi le marché des smartphones peut-il être qualifié d'oligopole ?

Q2 Quelle sont les difficultés rencontrées par les principaux constructeurs cherchant à commercialiser le smartphone à écran pliable ?

Q3 Malgré les défis à surmonter, comment expliquer cette « course à l'innovation » sur ce marché ?

→ Document 3, 2 puis 4 p.42-43 Répondre aux questions proposées.

[Comme chaque membre du cartel a intérêt à baisser son prix juste en dessous du prix fixé par le cartel pour réaliser des profits supplémentaires, on pourrait penser que l'entente serait toujours instable et vouée à disparaître très rapidement du fait d'attitudes non-coopératives. Or les différentes

		COCA-COLA	
		Maintient les prix	Baisse les prix
PEPSI	Maintient les prix	Coca-Cola : + 3 Mds € Pepsi : + 3 Mds €	Coca-Cola : Pepsi :
	Baisse les prix	Coca-Cola : Pepsi :	Coca-Cola : + 1 Md € Pepsi : + 1 Md €

études empiriques montrent que la durée de vie moyenne des cartels est de l'ordre de 5 à 7 ans. La stabilité du cartel est conditionnée par la capacité de ses membres à détecter et sanctionner rapidement les éventuels comportements déviants.]

 **S'entraîner** p.43 – Autoévaluation et Mobilisation des connaissances.

3) Comment les autorités régulent-elles la concurrence sur les marchés ?

7- L'Autorité de la concurrence, le « gendarme de la concurrence »

Politique de la concurrence

Ensemble de mesures visant à contrôler les fusions et acquisitions, à empêcher les ententes illégales et à interdire les abus de position dominante. Ces politiques ont pour objectif de permettre une concurrence élevée, favorable aux consommateurs.

• Contrairement aux ententes, qui sont des pratiques bilatérales ou multilatérales, les **abus de position dominante** sont en général des pratiques unilatérales émanant d'un acteur économique qui use de sa position de force sur un marché pour le verrouiller, pour évincer ses concurrents ou pour empêcher l'arrivée de nouveaux entrants.

www.autoritedelaconcurrence.fr, 2018.

Souvent nommée le « gendarme de la concurrence », l'Autorité (1) veille à réprimer les ententes et les comportements abusifs, dont l'impact peut être considérable sur l'économie et notamment pour les consommateurs et les PME. Lorsque cela est nécessaire, elle n'hésite pas à prononcer des amendes, qui remplissent un double objectif : sanctionner le comportement de l'entreprise en cause et dissuader les autres opérateurs économiques de se livrer à de telles pratiques.

Autorité de la concurrence, *Rapport d'activité 2017, 2018.*

- (1) L'Autorité de la concurrence est une autorité administrative indépendante qui prend la suite en 2008 du Conseil de la concurrence créé en 1986.

Q1 *Qu'est-ce qui différencie une entente d'un abus de position dominante ?*

Q2 *Pour quelles raisons les ententes et les abus de position dominante sont-ils nuisibles selon l'Autorité de la concurrence ?*

Q3 *Comment le contrôle des pratiques anticoncurrentielles permet-il d'augmenter le surplus des consommateurs ?*



8- Vidéo – Les entreprises Google et Apple sanctionnées par la Commission européenne

<https://www.youtube.com/watch?v=91eXwg0WuLo>

(Margrethe Vestager, *Commissaire européenne à la concurrence*)

Q1 *De quoi l'entreprise Google est-elle accusée ? et pourquoi Apple a-t-elle été sanctionnée ?*

Q2 *Qui peuvent être les victimes de telles pratiques ?*

→ Documents 2, 3 et 4 p.44-45 Répondre aux questions proposées.

 **S'entraîner** p.45 - Autoévaluation et raisonnement.