

★ Chapitre 3 : Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ? ★

Plan du cours

I – Quelles sont les sources du pouvoir de marché ?

- A. Un nombre limité d'offres, plus de liberté pour fixer les prix
- B. Barrer l'entrée du marché pour rester libre de fixer les prix
- C. S'entendre avec d'autres entreprises, une autre façon de fixer les prix

II – Comment fonctionnent les monopoles et oligopoles ?

- A. Les différents types de monopole et leur fonctionnement
- B. Le fonctionnement des oligopoles
 - 1. La présence d'oligopoles résulte de la concentration d'entreprises
 - 2. Les oligopoles ont intérêt à former des ententes

III – La politique de la concurrence au service des consommateurs

- A. La lutte contre les ententes illicites
- B. La lutte contre les abus de positions dominantes
- C. Le contrôle des fusions-acquisitions

Programme officiel

- Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (nombre limité d'offres, 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 ce qu'est un oligopole et, à l'aide du dilemme du prisonnier, pourquoi les firmes 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.



Introduction : Complétez le texte à trous à l'aide des mots suivants : *monopole ; pure et parfaite ; modèle ; oligopole ; prix ; imparfaits*

Dans le chapitre 2, nous avons étudié comment fonctionne le mécanisme des prix sur un marché répondant aux conditions de la concurrence Ce modèle est relativement utile pour comprendre comment s'effectuent les échanges entre les agents économiques. Mais dans la réalité les marchés sont assez éloignés de ce et les entreprises sont en mesure de fixer un plus élevé que celui qui résulterait de la concurrence. La plupart des marchés sont donc On peut définir la concurrence imparfaite comme une situation dans laquelle une ou plusieurs des conditions de la concurrence parfaite ne sont pas réunies. Par exemple, le et l'..... relèvent de la concurrence imparfaite.



Document 1 : Les différentes structures de marchés

Structures de marché	Monopole	Oligopole	Concurrence monopolistique	Concurrence pure et parfaite
Nombre d'entreprises	Une seule	Un petit nombre	Un grand nombre	Un grand nombre
Différenciation des produits	Aucune	Aucune	Totale	Aucune
Contrôle sur les prix	Total	Modéré	Faible	Nul

Le pouvoir de marché correspond à la capacité, pour une entreprise, d'influencer le prix du marché.



Questions sur le document 1 :

Q1 : Quelle hypothèse de la concurrence pure et parfaite n'est pas respectée dans le cas d'un monopole et d'un oligopole ?

Q2 : Indiquez la structure de marché (imparfait) dans le cas des entreprises suivantes :

- Boeing et Airbus pour le marché aéronautique
- Microsoft est la seule entreprise à fournir un système d'exploitation commercial sur les PC
- Orange, SFR, Bouygues, Free pour le marché de la téléphonie mobile
- Les restaurants d'une ville
- La Française des jeux

Q3 : Dans quelles structures de marché les entreprises possèdent-elles un pouvoir de marché ?

Document 2 : Les barrières à l'entrée, source de pouvoir de marché

N°	Situation	Obstacle rencontré	Type de barrière
1	 Une entreprise souhaite créer un réseau ferroviaire parallèle. Elle doit financer la construction de voies, de gares et d'équipements très coûteux.		
2	 Une entreprise souhaite vendre un médicament identique à une invention encore protégée par un brevet détenu par une autre entreprise.		
3	 Une nouvelle marque de soda affronte des marques déjà connues, qui investissent massivement dans la publicité et fidélisent leurs clients.		
4	 Une entreprise souhaite créer un réseau de distribution d'électricité. Installer des lignes sur tout le territoire exige des coûts fixes très élevés.		
5	 Pour exploiter un service de transport local, une entreprise doit obtenir une autorisation délivrée par les pouvoirs publics.		
6	 Une nouvelle marque de baskets affronte des marques établies qui multiplient campagnes publicitaires, partenariats sportifs et programmes de fidélité.		

Questions :

Q1 : Pour chaque situation, indiquez précisément ce qui rend difficile l'arrivée d'une nouvelle entreprise. Complétez ensuite la dernière colonne après la question 2.

Q2 : Associez chaque type de barrière à la bonne définition.

1 Barrière naturelle



A Pratiques mises en place intentionnellement par les entreprises déjà installées pour dissuader les entrants potentiels : publicité, fidélisation...

2 Barrière légale



B Obstacle lié à une loi ou à une règle mise en place par les pouvoirs publics qui limite l'entrée de nouveaux offreurs sur un marché : brevet, licence, autorisation...

3 Barrière stratégique



C Obstacle lié aux caractéristiques techniques ou économiques du marché, notamment aux coûts fixes très élevés.

Q3 : Quelles peuvent être les conséquences de ces barrières ?

Document 3 : Une entente dans le secteur des compotes



Questions :

Q1 : Quelle est la structure du marché dans le secteur des compotes ?

Q2 : Comment les entreprises ont-elles cherché à renforcer leur pouvoir de marché ?



Je fais le point

Trouvez la notion correspondant à chacune des affirmations suivantes.

a Grâce au pouvoir de marché, les entreprises peuvent **les fixer**.



b C'est une structure de marché dans laquelle il existe seulement **quelques offreurs**.



c Cette pratique anti-concurrentielle consiste à **se mettre d'accord sur les prix** et la **répartition du marché**.



d À l'entrée d'un marché, elles **empêchent l'arrivée d'un nouvel offreur**.



e C'est une structure de marché dans laquelle il n'existe **qu'un seul offreur**.



f Lorsque **leur nombre est limité**, il peut y avoir **pouvoir de marché**.



DOSSIER 1

LE MONOPOLE NATUREL



Document — Pourquoi n'existe-t-il qu'un seul réseau ferroviaire ?

Pour permettre la circulation des trains, il faut construire et entretenir un réseau très important : **voies ferrées, gares, ponts, tunnels, systèmes de signalisation et installations électriques**.

La construction de ces infrastructures nécessite des investissements extrêmement importants avant même de pouvoir faire circuler le premier train. Il s'agit donc de **coûts fixes très élevés**.

Une fois le réseau construit, il peut cependant être utilisé pour faire circuler un grand nombre de trains. Plus le réseau est utilisé, plus ces coûts fixes sont répartis sur un grand nombre de circulations et plus le **coût moyen diminue**.

Il serait donc très coûteux et peu efficace de construire plusieurs réseaux ferroviaires parallèles pour permettre à plusieurs gestionnaires de réseaux de se faire concurrence. Dans cette situation, il est économiquement plus efficace qu'une seule entreprise gère l'infrastructure.

En France, SNCF Réseau assure la gestion de l'essentiel du réseau ferré national.



VOTRE MISSION D'EXPERTS

À partir du document, rédigez **ensemble** un **court paragraphe** permettant aux autres élèves de comprendre :

- ce qu'est un monopole naturel
- pourquoi il apparaît
- un exemple



Votre paragraphe doit être compréhensible par un élève qui n'a jamais lu votre document.



UN PETIT COUP DE POUCE

Affirmation → Un monopole naturel est...

Explication → En effet,...

Illustration → Par exemple,...



MOTS-CLÉS À UTILISER

- coûts fixes élevés
- coût moyen
- réseau ferroviaire



SCÉNARIO — Le mystère des trois monopoles



LE MYSTÈRE DES TROIS MONOPOLÉS

Vous venez d'intégrer une équipe de jeunes économistes chargée d'enquêter sur trois marchés très différents. Un constat intrigue votre équipe : dans chacun de ces marchés, **une seule entreprise** se retrouve en situation **de monopole**. Mais pour une raison mystérieuse, ce n'est **jamais pour la même raison** !



VOTRE MISSION

Découvrir ce qui explique l'existence de chacun de ces monopoles. Pour mener l'enquête, vous allez vous spécialiser dans l'un des trois cas et rédiger un court paragraphe d'expert.



Vous serez ensuite séparés de votre équipe. Dans votre nouveau groupe, vous serez le **seul expert** de votre cas : les autres auront besoin de vos explications pour résoudre le mystère des trois monopoles et compléter le tableau final.



DOSSIER 2

LE MONOPOLE INSTITUTIONNEL

Document — Pourquoi une seule entreprise peut-elle être autorisée ?

Pendant longtemps, la Française des jeux (FDJ) a bénéficié en France d'une situation particulière. Les pouvoirs publics lui ont accordé des **droits exclusifs** pour organiser certains jeux de loterie et paris.

Une entreprise concurrente ne peut donc pas simplement décider de proposer les mêmes jeux. L'entrée sur ce marché est limitée par des règles fixées par les pouvoirs publics.

L'existence d'un seul offreur ne s'explique donc pas ici par des coûts de production très élevés. Elle résulte d'une décision juridique qui réserve l'exercice de certaines activités à une seule entreprise.

La situation de monopole trouve donc son origine dans l'intervention des pouvoirs publics.



VOTRE MISSION D'EXPERTS

À partir du document, rédigez **ensemble** un **court paragraphe** permettant aux autres élèves de comprendre :

- ce qu'est un monopole institutionnel
- pourquoi il apparaît
- un exemple



Votre paragraphe doit être compréhensible par un élève qui n'a jamais lu votre document.



UN PETIT COUP DE POUCE

Affirmation → Un monopole institutionnel est...

Explication → En effet,...

Illustration → Par exemple,...



MOTS-CLÉS À UTILISER

- pouvoirs publics
- droits exclusifs
- règles juridiques
- FDJ



DOSSIER 3

LE MONOPOLE D'INNOVATION

Document — Dyson : innover pour se démarquer de ses concurrents

Au début des années 1980, l'ingénieur britannique **James Dyson** cherche à améliorer les aspirateurs traditionnels. Il constate que leurs sacs se bouchent progressivement, ce qui réduit leur puissance d'aspiration.

Après plusieurs années de recherches et la réalisation de **milliers de prototypes**, il met au point un aspirateur utilisant une technologie cyclonique permettant de séparer la poussière de l'air **sans utiliser de sac**.

Cette innovation permet à Dyson de proposer un produit nouveau et de se différencier fortement de ses concurrents. L'entreprise protège ses inventions grâce à des **brevets**. Ceux-ci lui accordent, pendant une durée limitée, un **droit exclusif d'exploitation de ses inventions** : les concurrents ne peuvent pas simplement copier les technologies brevetées.

Grâce à son innovation et à sa protection, Dyson peut ainsi bénéficier, au moins temporairement, d'une situation très favorable sur le marché pour les technologies qu'elle a développées. Cependant, cet avantage n'est pas définitif : les concurrents peuvent développer leurs propres innovations et les brevets ont une durée limitée.

Une innovation protégée par un brevet peut donc accorder à une entreprise une position très favorable sur un marché, au moins temporairement.



VOTRE MISSION D'EXPERTS

À partir du document, rédigez **ensemble** un **court paragraphe** permettant aux autres élèves de comprendre :

- ce qu'est un monopole d'innovation
- pourquoi il apparaît
- un exemple



Votre paragraphe doit être compréhensible par un élève qui n'a jamais lu votre document.



UN PETIT COUP DE POUCE

Affirmation → Un monopole d'innovation est...

Explication → En effet,...

Illustration → Par exemple,...



MOTS-CLÉS À UTILISER

- innovation
- brevet
- exclusivité temporaire
- Dyson





PENDANT QUE LES EXPERTS PARLENT...



Écoutez attentivement les deux autres experts et complétez le tableau. Vous êtes déjà expert de l'un des trois monopoles : complétez également cette ligne à partir de votre travail.

Type de monopole	Définition / origine du monopole (type de barrière à l'entrée)	Exemple
 Monopole naturel		
 Monopole institutionnel		
 Monopole d'innovation		



Méthode l'EC1 : la mobilisation des connaissances

→ Livret méthodologique – épreuve composée, partie 1

Présentez deux formes de monopole.



Document 2 p 38 : questions 1 et 2



Document 4: Comprendre le dilemme du prisonnier

Deux individus A et B, sont arrêtés par la police et suspectés d'avoir commis un crime. Les preuves sont insuffisantes pour les condamner lourdement et police compte sur leurs aveux. Ils sont donc interrogés séparément. Chacun des deux suspects a deux possibilités : dénoncer son complice ou se taire. Les deux complices ont conclu un accord secret avant d'être arrêtés : ne rien avouer. Mais vont-ils respecter cet accord ? Plusieurs situations sont possibles :

- Si les deux se taisent, ils ont une peine minimale de un an de prison chacun
- Si les deux dénoncent, ils auront la même peine de 5 ans de prison chacun
- Si l'un dénonce l'autre, et que l'autre se tait, le premier repart libre et l'autre purge une peine de 10 ans.

Le tableau suivant présente le nombre d'années de prison encourues, selon le comportement de chacun :

	Le suspect B se tait	Le suspect B dénonce
Le suspect A se tait	A : 1 an B : 1 an	A : 10 ans B : 0 année
Le suspect A dénonce	A : 0 année B : 10 ans	A : 5 ans B : 5 ans

Bordas-Manuel de SES

Questions :

- Q1 : Que signifient les données entourées ?
- Q2 : Quelle est la meilleure solution possible collectivement pour les deux suspects ?
- Q3 : Pourquoi cette solution a-t-elle peu de chance d'aboutir ?
- Q4 : Deux entreprises (comme deux prisonniers) ont-elles intérêt à coopérer ou à se faire concurrence ?

Document 5 : Appliquer le dilemme du prisonnier à la stratégie des entreprises

Prenons l'exemple du marché des sodas et imaginons, pour simplifier, que seules les entreprises Coca-cola et Pepsi soient présentes sur ce marché. Chacune peut décider soit de baisser soit de maintenir ses prix.

- Si les deux entreprises maintiennent des prix élevés, elles obtiennent chacune 3 milliards d'euros de profit.
- Si une seule baisse ses prix (l'autre maintient ses prix), elle s'approprie tous les clients de l'autre et empoche le pactole soit 5 milliards d'euros de profit.
- Si les deux entreprises baissent leurs prix, elles obtiennent chacune seulement 1 milliard d'euros de profit.

Le tableau suivant présente les profits possibles, selon le comportement de chaque entreprise

	Pepsi maintient ses prix	Pepsi baissent ses prix
Coca cola maintient ses prix	Coca-Cola:..... Pepsi :	Coca-Cola: Pepsi :
Coca cola baissent ses prix	Coca-Cola: Pepsi :	Coca-Cola: Pepsi :

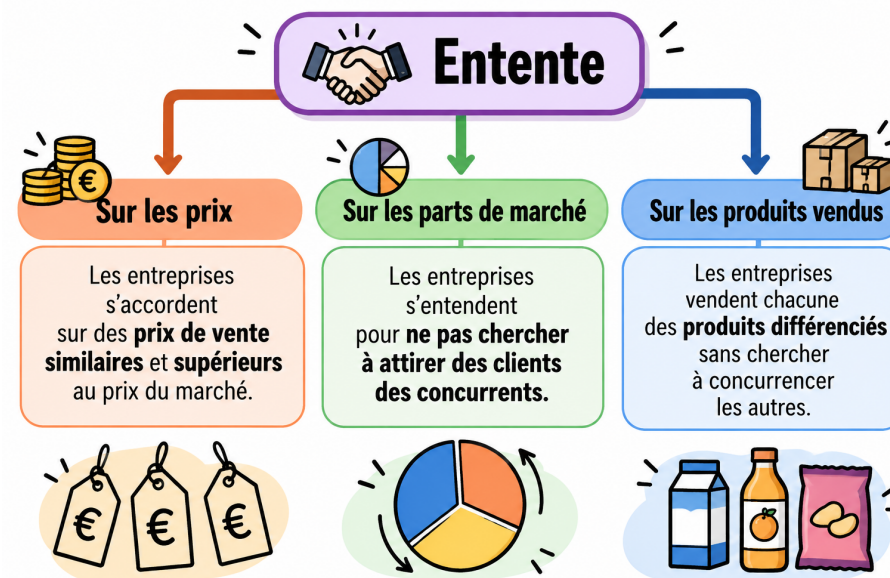
Hachette Manuel de SES

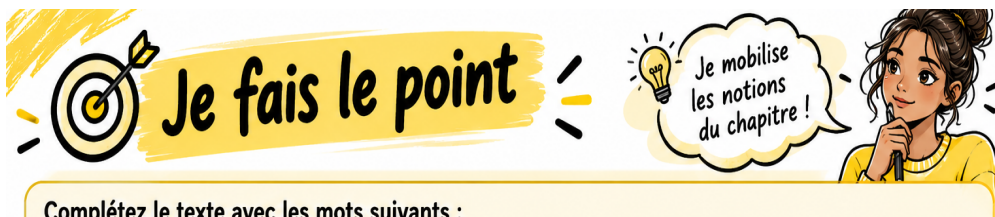
Questions :

- Q1 : Complétez le tableau en inscrivant les profits possibles pour Coca-cola et Pepsi.
- Q2 : Lorsque Coca-cola élabore sa stratégie, qu'a-t-elle intérêt à faire si elle fait l'hypothèse que Pepsi maintient ses prix ? Et si elle fait l'hypothèse que Pepsi baisse ses prix ? Finalement quelle stratégie semble la plus avantageuse pour Coca-Cola ?
- Q3 : Même question pour Pepsi.
- Q4 : Le résultat produit par les décisions des deux entreprises (q2 et q3) est-il satisfaisant pour elles ?
- Q5 : Que pourraient-elles faire pour aboutir à une situation plus satisfaisante ?



Document 6 : Les différentes formes d'entente





Complétez le texte avec les mots suivants :

collectif

maximiser

grand

petit

individuel

entente

Sur un marché oligopolistique, un nombre d'entreprises est présent sur le marché, contrairement à un marché parfaitement concurrentiel où il y a un nombre de producteurs. Si ces entreprises ne coopèrent pas, le dilemme du prisonnier montre que chaque entreprise a un intérêt à choisir une solution qui s'avère ensuite contraire à l'intérêt Les entreprises en oligopole ont donc intérêt à former une pour leur profit. Ces pratiques sont toutefois illégales.

Questions :

Q1 : Pour chaque forme d'entente, montrez en quoi le consommateur est perdant.

Q2 : Dans les années 2000, les trois opérateurs de téléphonie mobile Orange, SFR et Bouygues (Free n'était pas encore sur le marché) ont constitué une entente. Recherchez sur internet quelle forme d'entente il s'agit.

Document 7 : Entreprises : quand elles s'entendent sur les prix



Questions :

Q1 : Quel problème pour les consommateurs entraîne une entente comme celle du cartel de l'électroménager ?

Q2 : Comment l'Autorité de la concurrence peut-elle découvrir l'existence d'une entente entre entreprises ?

Q3 : Par quels moyens la politique de la concurrence lutte-t-elle contre les ententes et protège-t-elle ainsi les consommateurs ?

Document 8 : Apple poursuivie pour abus de position dominante



“

Ne pas confondre : Position dominante et abus de position dominante

Une entreprise est dite en position dominante lorsqu'elle domine le marché c'est-à-dire qu'elle détient des parts de marché importantes. L'abus de position dominante correspond au fait d'utiliser cette situation afin d'empêcher, restreindre ou fausser la concurrence.

”

Questions :

Q1 : De quoi l'entreprise Apple est-elle accusée ?

Q2 : Qui peuvent être les victimes de telles pratiques ?

Q3 : Quelle sanction a été infligée à Apple par la Commission européenne ?

 Document 9 : L'abandon de la fusion TF1-M6

TF1 et M6 abandonnent leur projet de fusion¹. [...] Cette opération visait, pour Bouygues, la maison-mère de TF1, à racheter son rival, le groupe M6 [...]. Dans un communiqué publié après l'annonce de Bouygues, l'Autorité de la concurrence rappelle que "l'opération aurait pu engendrer des risques concurrentiels majeurs notamment sur les marchés de la publicité télévisuelle et de la distribution de services de télévision." [...] Pas plus tard que la semaine dernière, l'Autorité de la concurrence avait mené deux jours d'auditions des parties intéressées par la fusion à huis clos et devait rendre sa décision mi-octobre. Les services d'instruction de l'Autorité avaient, lors des auditions, réitéré leur position de fin juillet, plutôt défavorable et sans "véritable changement", malgré les concessions proposées depuis par les chaînes. Source : « Coup de tonnerre : TF1 et M6 abandonnent leur projet de fusion », *L'Internaute*, 17 septembre 2022.

¹ Par cette fusion, Bouygues souhaitait faire face à la concurrence croissante des plateformes internationales de streaming (Netflix, Disney+, Amazon...).

Questions :

Q1 : Pourquoi TF1 et M6 souhaitaient-ils fusionner ?

Q2 : Pour quelles raisons l'Autorité de la concurrence s'est-elle opposée à cette fusion ?

Méthode l'EC2 : l'étude d'un document

→ Livret méthodologique – épreuve composée, partie 2

Les sanctions prononcées à l'égard du cartel du yaourt en 2015

Entreprises du cartel	Sanctions en millions d'euros	Part dans la sanction totale en %
Bénéficiaires du programme de clémence		
Yoplait	0	0
Senagral	46 ¹	23,8
Entreprises n'ayant pas bénéficié du programme de clémence		
Laiterie de Saint Malo	0,3	0,2
Laiteries Triballat	1,4	0,7
Alsace Lait	3,6	1,9
Lactalis Beurre et Crème	4	2,1
Laïta	8,1	4,2
Yéo Frais	12	6,2
Maîtres Laitiers du Cotentin	22,9	11,9
Novandie	38,3	19,9
Lactalis Nestlé Ultra Frais MDD	56,1	29,1
Total	192,7	100

¹ Au lieu de 101,3 millions d'euros.

● D'après l'Autorité de la concurrence.

Questions :

1. A l'aide des données du document, comparez la part de Novandie dans la sanction totale à celle d'Alsace Lait.
2. A l'aide du document et de vos connaissances, montrez comment les pouvoirs publics mettent en œuvre la politique de la concurrence.