

Science économique
Chapitre 2 : 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'offreurs, 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- 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	Offreurs		
	<i>Un</i>	<i>Quelques-uns</i>	<i>Nombreux</i>
<i>Un</i>	(Monopole bilatéral)	(Monopsonne contrarié)	<u>Monopsonne :</u>
<i>Quelques-uns</i>	(Monopole contrarié)	(Oligopole bilatéral)	<u>Oligopsonne :</u>
<i>Nombreux</i>	<u>Monopole :</u>	<u>Oligopole :</u> <u>Duopole :</u>	<u>Concurrence pure et 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. Qu'est-ce qu'un pouvoir de marché ?

→ Document 1 p.34 Répondre aux questions proposées.

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

→ Documents 2 et 3 p.34-35 Répondre aux questions proposées.

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



3- Entente entre producteurs

Exemple des producteurs de camions : https://www.youtube.com/watch?v=zYJO8cMM_ts

Le « cartel des compotes »

En 2010, les entreprises Materne, Andros, Conserves France, Délis SA, SAS Vergers de Châteaubourg, Charles Faraud, Charles & Alice, Valade et Coroos Conserven BV décident de mettre en place un plan d'ensemble dont l'objectif était d'augmenter les prix de vente des compotes (...) et de coordonner le montant des hausses de prix, de se mettre d'accord sur un discours commun justifiant ces hausses de prix, de se répartir les volumes et les clients.

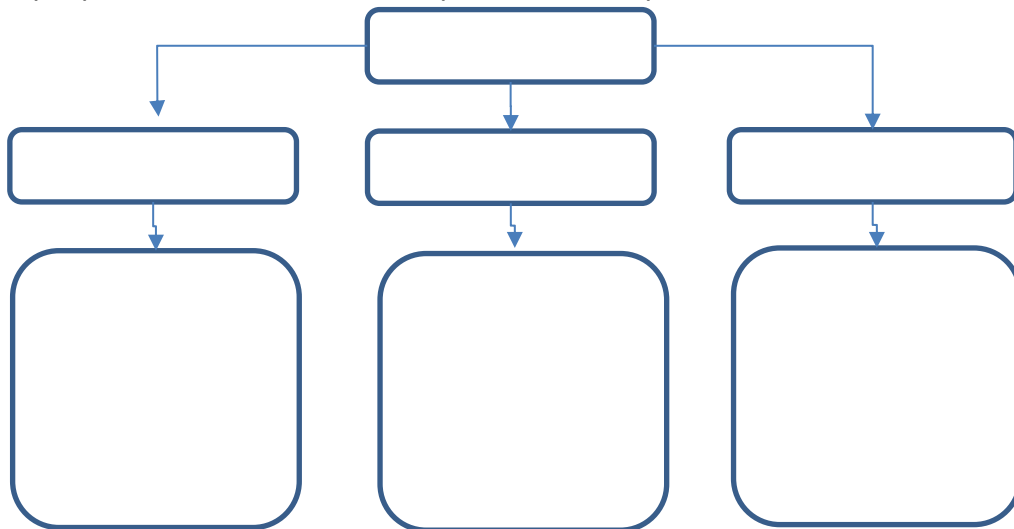
Les acteurs du secteur ont justifié la mise en place de ce cartel par une conjoncture peu favorable, due à l'augmentation du coût des matières premières et des emballages et à la pression croissante exercée par les acheteurs (grande distribution et distributeurs de la RHF), que ce soit dans le cadre des appels d'offres comme dans le cadre des négociations de gré à gré. (...)

L'instruction a établi que les entreprises concernées ont multiplié les contacts multilatéraux et bilatéraux lors de réunions, de rencontres, d'échanges de courriels ou d'appels téléphoniques.

<https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/communiqués-de-presse/lautorite-de-la-concurrence-sanctionne-les-principaux-fabricants-de-compotes> (2019)

Q1 Comment former une entente a permis à ces entreprises d'acquérir un pouvoir de marché plus important ?

Q2 Sur quoi portent ces ententes ? Pour répondre vous complétez le schéma suivant :



S'EXERCER p. 35 – Autoévaluation et raisonnement.

B. Quelles sont les caractéristiques des marchés monopolistiques et oligopolistiques ?

1) Des monopoles faiseurs de prix et souvent inefficaces

→ Documents 1 et 2 p.36 Répondre aux questions proposées.

→ Document 3 p.37 reproduit ci-dessous à compléter. Répondre aux questions proposées.

Combien de gâteaux avez-vous intérêt à produire pour maximiser votre profit ?

Quantité écoulee (Demande)	1	2	3	4	5	6	7	8	9
Prix	30 €	28 €	26 €	24 €	22 €	20 €	18 €	16 €	14 €
Recette totale	30	56				120			
Coût total	9	18				54			
Profit	21	38				66			
Recette marginale	30	26				10			
Coût marginal	9	9				9			

→ Document 4 p.37 Répondre aux questions proposées.

S'EXERCER p.37 – Autoévaluation et Mobilisation des connaissances.

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

→ Documents 1 et 2 p.38 Répondre aux questions proposées.

4- L'accroissement de la taille d'une entreprise

Le leader mondial, l'américain Pfizer, a confirmé sa fusion avec le numéro dix, Wyeth. L'opération lui coûtera 68 milliards de dollars en titres et en numéraire. La capitalisation du nouvel ensemble dépassera 160 milliards de dollars (et il réalisera un chiffre d'affaires de près de 70 milliards de dollars. Avec ce rachat, Pfizer espère échapper à la crise structurelle qui guette les laboratoires pharmaceutiques. Le portefeuille (NDLR : de médicaments, molécules) de la nouvelle entité sera beaucoup plus diversifié. « Aucun médicament ne devrait compter d'ici à 2012 pour plus de 10% du chiffre d'affaires », a insisté le laboratoire créateur du Viagra. Il espère atténuer ainsi l'impact brutal de l'extinction des brevets protégeant ses produits. Pfizer est plus menacé que Wyeth (Advil, etc.) par les médicaments génériques. Son produit vedette, l'anticholestérol Lipitor, est le remède le plus vendu au monde. Il représente 25% du chiffre d'affaires du géant américain, mais il tombera dans le domaine public en novembre 2011. [...] Le laboratoire new-yorkais prévoit d'économiser 4 milliards de dollars grâce à la fusion et d'épargner 3 milliards supplémentaires en diminuant de 10% ses effectifs, proches de 82 000 personnes, et en fermant cinq de ses 46 usines.

Armelle Bohineust, 27/01/2009, <http://www.lefigaro.fr/>

Q1 Pourquoi Pfizer a-t-il acheté Wyeth ?

Q2 D'après vous, quel est l'intérêt pour une entreprise d'accroître sa taille en achetant une autre ?

Q3 Complétez le texte suivant : en utilisant les termes : unitaire, contrôle, pouvoir, double, prix, augmente, coûts fixes, horizontale, taille, domination, marché des capitaux, marché des biens, synergies, marché, même, rabais, compétitive, price maker, pouvoir de marché.

L'accroissement de la taille des entreprises se fait soit par l'acquisition d'entreprises existantes (croissance externe : concentration) soit par le développement de leurs propres capacités de production (croissance interne via l'augmentation du stock de capital fixe). L'entreprise procède à une concentration lorsqu'elle prend le d'une autre entreprise qui réalise le type de bien qu'elle (exemples : Pfizer et Wyeth dans la pharmacie). Cela lui permet d'accroître Dans ce cas, l'acheteur a trois objectifs :

- la réalisation « d'économies d'échelle » c'est-à-dire la baisse du coût ou moyen quand la production Ces économies peuvent être obtenues en étalant les sur un plus grand nombre de produits. Elles peuvent aussi résulter de la suppression des activités en (un laboratoire de recherche au lieu de deux, un centre de comptabilité au lieu de deux, etc.) : on dit que la concentration permet de dégager des De plus, les économies sont également permises par le de négociation de la grande firme qui obtient des de ses fournisseurs.

- la du marché : la grande taille confère en effet à l'entreprise et à ses dirigeants un pouvoir de accru. Ils peuvent obtenir plus facilement des capitaux à moindre prix (sur le) et des rabais de la part de leurs fournisseurs (sur le). La position dominante lui permet d'imposer ses (on dit que l'entreprise est) et ses produits.

- atteindre la critique nécessaire pour financer les investissements, les dépenses de R/D, de formation, indispensables à sa compétitivité sur le marché mondial. Une entreprise de grande taille affronte mieux la concurrence : on dit qu'elle est plus

5- La théorie des jeux à travers le « dilemme du prisonnier » pour expliquer les stratégies des firmes en oligopole

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 la 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 se dénoncent, ils auront la même peine de cinq ans chacun.
- Si l'un dénonce l'autre, et que l'autre se tait, le premier repart libre et l'autre purge une peine de dix 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

[Dans le cas d'un duopole qui contrôle l'intégralité du marché, la stratégie des firmes se résume à un choix : la guerre des prix ou l'entente pour se partager le marché. Les gains des deux firmes dépendent non seulement de leurs propres actions mais aussi de celles des concurrents. Cette interdépendance est représentée par un jeu qui associe à chaque stratégie un gain ou une perte, en fonction des choix du concurrent.]

→ Document 3 p.39 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 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'EXERCER p.39 – Autoévaluation et Mobilisation des connaissances.

C. Comment les autorités régulent-elles la concurrence sur les marchés ?

1) La surveillance des comportements des firmes

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

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. Les cartels peuvent conduire à des hausses importantes de prix pour les consommateurs (de l'ordre de 20 à 25 %) ainsi qu'à une limitation de leur choix, et ce, parfois, sur de longues périodes. Ces pratiques nuisent également aux entreprises situées en aval dans la mesure où elles aboutissent dans certains cas à majorer le coût de leurs intrants (produits intermédiaires, ou des matières premières) qu'elles achètent. [...] Enfin, les pratiques de cartel nuisent à l'efficacité du marché, en diminuant les incitations des entreprises à s'améliorer. Au final, les ententes et les abus entraînent une perte de compétitivité, d'innovation et ont des effets néfastes sur l'emploi.

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.

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.

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 ?

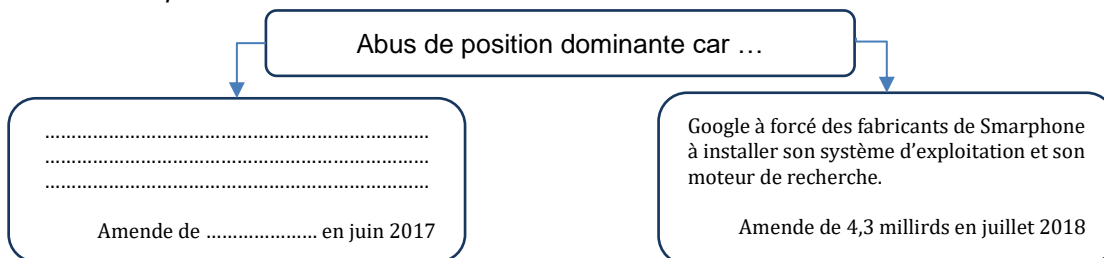


7- L'exemple de Google

<https://www.youtube.com/watch?v=vfpUeiQsnX8>

(Margrethe Vestager, Commissaire européenne à la concurrence)

Q1 Complétez le schéma suivant :



Q2 Selon vous, que signifie le fait que Google a une « position dominante » ?

Q3 Pourquoi dans les 2 cas, l'utilisation de cette position dominante risque-t-elle de nuire aux consommateurs ?

→ Document 4 p.41 Répondre aux questions proposées.

2) Le contrôle des concentrations

→ Document 3 p.40 Répondre aux questions proposées.

8- Le projet d'acquisition d'Alstom par Siemens

La Commission européenne a interdit le projet d'acquisition d'Alstom par Siemens en vertu du règlement de l'UE sur les concentrations. La concentration aurait porté atteinte à la concurrence sur les marchés de systèmes de signalisation ferroviaire et des trains à très grande vitesse.

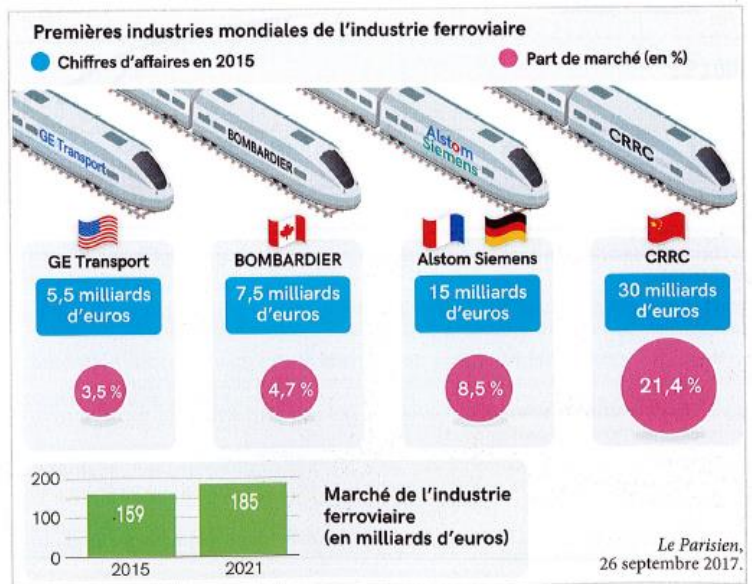
La décision d'aujourd'hui fait suite à une enquête approfondie menée par la Commission sur l'opération de rachat, laquelle aurait permis Siemens et à Alstom de mettre en commun leurs activités en matière de matériel et de service de transport dans une nouvelle société exclusivement contrôlée par Siemens. Cette opération au-rait réuni les deux plus grands fournisseurs de divers types de systèmes de signalisation pour lignes ferroviaires et de métro, ainsi que de matériel roulant en Europe. Les deux entreprises sont en outre des leaders au niveau mondial.

La concentration aurait créé le leader incontesté du marché sur certains marchés de la signalisation et un acteur dominant dans le secteur des trains à très grande vitesse. Elle aurait réduit de manière significative la concurrence dans ces deux domaines, restreignant ainsi le choix des clients, notamment les opérateurs ferroviaires et les gestionnaires d'infrastructure ferroviaire, en matière de fournisseurs et de produits.

Au cours de l'enquête approfondie, la Commission a reçu plusieurs plaintes émanant de clients, de concurrents, d'associations professionnelles et de syndicats.

Les parties prenante craignaient que l'opération envisagée n'affecte de manière significative la concurrence et réduise l'innovation en matière de systèmes de signalisation et de matériel roulant à très grande vitesse, conduise à l'éviction de concurrents plus modestes et se traduise par des prix plus élevés et un choix restreint pour les clients tant donné que les parties n'étaient pas disposées à proposer des mesures correctives suffisante pour remédier à ce préoccupations, la Commission a bloqué la concentration afin de protéger la concurrence dans le secteur ferroviaire européen.

Communiqué de presse de la Commission européenne, 6 février 2019



Q1 Quels sont les deux marchés de référence retenus par la Commission européenne pour motiver sa décision ?

Q2 Justifiez la décision de la Commission européenne en reformulant ses arguments.

Q3 Quel(s) argument(s) pourrait-on opposer à la décision de la Commission européenne ?

 **S'EXERCER** p.41 – Autoévaluation et raisonnement.