

>Nom :Prénom :Groupe : 1SESYVE

Évaluation type bac (2 heures) – 2024 – Spécialité de première

Partie 1 : Mobilisation des connaissances (8 points)

Montrez que les types de monopoles sont liés à des barrières à l'entrée.

Définir la notion de monopole (rupture d'atomicité) **1**

Définir « barrière à l'entrée » : obstacle qui limite ou empêche (rupture de fluidité) **1**

	A	E	I
Type de barrières (bonus 1)	Type de barrières 2	Type de monopole 2	Exemples 2
Stratégiques (artificielles, créées par les concurrents).	Loi, règle, décision des pouvoirs publics	Monopole institutionnel, légal	FDJ, pharmacies
	Accès exclusif, contrôle des ressources	Monopole de ressources	Vin Romanée Conti , De Boers pour les diamants
Structurelles (soit naturelles, soit liées à la situation du marché)	Innovation , invention brevetée ou non	Monopole d'innovation (temporaire)	Dyson, médicaments dans l'industrie pharmaceutique
	Coûts fixes élevés, économies d'échelle, coût unitaire	Monopole naturel	Réseaux de télécommunication, réseaux ferrés

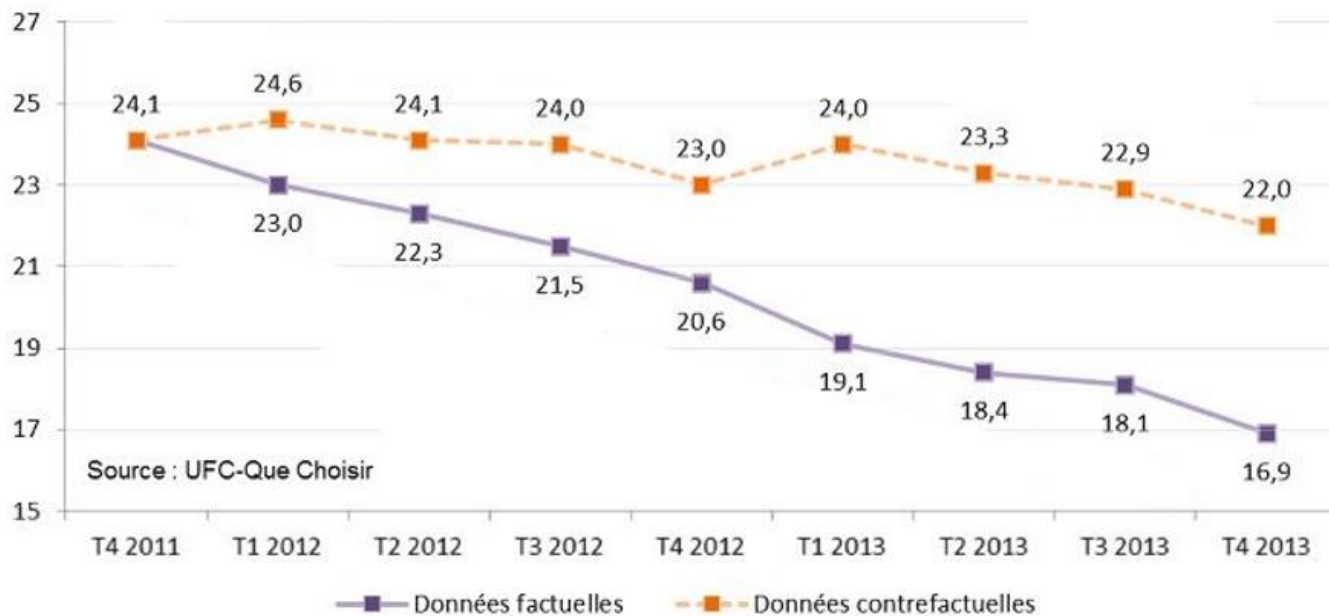


Conseils de méthode pour l'EC1 :

- Pensez à bien expliciter le(s) terme(s) ou notion(s) clé(s)
- Mobilisez la méthode AEI (affirmation, explication, illustration)
- Structurez et développez votre réponse de façon cohérente

Partie 2 : Etude d'un document (12 points)

Prix moyen des factures mobiles en France en euros HT



Source : UFC-Que Choisir, 2014

Note : Jusqu'en 2011, trois sociétés offraient des services de communications mobiles en France : *Orange*, *Bouygues* et *SFR*. En 2012, *Free Mobile* a été le quatrième opérateur à être autorisé à entrer sur le marché par l'ARCEP (Autorité de régulation des communications électroniques et des postes). En 2005 les 3 opérateurs historiques avaient été condamnés à une amende de 534 millions d'euros pour entente.

Données factuelles : données effectives, prix effectivement constatés

Données contrefactuelles : données qui auraient été observées sans l'arrivée d'un quatrième opérateur

1. À l'aide du document, comparez le niveau des prix des télécommunications du quatrième trimestre 2011 à celui du quatrième trimestre 2013.

D'après une publication de l'UFC-Que choisir datant de 2014, au quatrième trimestre 2011, le prix moyen effectif des factures de téléphone en France s'élevait à 24.1 euros HT alors qu'au quatrième trimestre 2013, il s'élevait à 16.9 euros donc le prix effectif a diminué de 7.2 euros ce qui correspond à une diminution du prix effectif d'environ 35%. Par contre le prix contrefactuel qui correspond au prix qui aurait été observé sans l'arrivée d'un quatrième opérateur s'élevait quant à lui à 22 euros au quatrième trimestre 2013 soit 5.1 euros de plus que le prix effectif (observé sur le marché) à la même date.

2. À l'aide du document et de vos connaissances, vous montrerez que l'oligopole n'est pas toujours efficace.

Définir la notion d'oligopole **1**

Expliquer que dans un oligopole, les producteurs peuvent s'entendre, former une entente (atteindre l'optimum et non l'équilibre de Nash), un cartel pour fixer un prix supérieur à celui du marché (ex : produits d'hygiène et d'entretien) ou une quantité (ex : OPEP). **1**

Cela affecte le pouvoir d'achat des consommateurs :

Faire le lien avec le document : l'arrivée de Free en 2012 sur le marché de la téléphonie a relancé la concurrence sur un marché sur lequel les 3 opérateurs avaient déjà été sanctionnés pour une entente en 205 et condamnés à 534 millions d'euros d'amende. L'entrée de Free a permis de faire baisser les prix d'environ 35 % (de 24.1 euros à 16.9 euros) alors qu'ils n'auraient baissés que d'environ 10% (de 24.1 euros à 22 euros) sans l'entrée de ce quatrième opérateur. Donc l'entente affecte le pouvoir d'achat des consommateurs **2,5**

Mais ce n'est pas tout :

- Baisse des surplus (+ explications) **1.5**
- Baisse de la diversité de l'offre (+ lien avec utilité et stratégies de différenciations horizontales et verticales) **1.5**
- Moins d'innovations (+ lien avec croissance et stratégies de différenciations horizontales et verticales + lien avec la qualité des produits) **1**