

## EC3: Les Marchés Imparfaites

19/20  
 Excellente copie, quelques réglages à faire, complétez vos articles par des éléments de réflexion très intéressants.

cf. correction et commentaires précis sur LeCours.

TS  
 "Carburants en Corse: Total Energies, Rubis et EGR sanctionnés pour une entente à hauteur de 187,5 millions d'€" est le titre d'un article du Monde, publié le 19 Novembre 2025 pour annoncer la découverte et la sanction de cette entente entre ces trois entreprises en situation d'oligopole en Corse.

L'oligopole, une situation de marché dans laquelle <sup>laquelle</sup> il n'y a que quelques offreurs pour une multitude de demandeurs, n'est pas une situation de marché idéale car, d'après la théorie des jeux, et compte de nombreux défauts, faisant de lui une situation de concurrence imparfaite car il remet en question l'hypothèse de l'atomicité (qui veut qu'il y ait une multitude d'offeurs et de demandeurs sur un marché afin que le marché soit soumis à la concurrence et que personne ne détient le pouvoir d'influencer les prix et quantités seuls), la première hypothèse du modèle d'un marché concurrentiel parfait. Cette nuance entre le nombre parfait d'offeurs (une multitude) et les "quelques" de l'oligopole ont un impacte négatif sur les marchés oligopolistiques.

Ainsi, en quoi l'oligopole est-il une situation de concurrence imparfaite qui peut être inefficace?

Dans un premier temps, nous étudierons l'oligopole en situation d'entente ou de cartel, puis nous analyserons les marchés oligopolistiques légaux et enfin, nous établirons les conséquences négatives sur le marché et le consommateur.

Méthode ok





diminue, entraînant une baisse du surplus total et la création de pertes sèche. C'est-à-dire que la différence entre le prix que le consommateur est prêt à payer et le prix du marché diminue, et fait que les consommateurs doivent dépenser plus pour le produit ou se tourner vers des <sup>v. produits</sup> substitutions. Mais dans le cas de l'oligopole, il y a pas de substitutions possibles, ainsi le consommateur est contraint de perdre du pouvoir d'achat ou de limiter sa consommation, ce qui n'est pas forcément toujours possible, par exemple, sur le marché du pétrole, si l'OPEP augmente les prix ou limite la ~~quantité~~ <sup>q</sup> quantité offerte, le ~~consommateur~~ <sup>+</sup> consommateur est contraint de perdre son pouvoir d'achat en payant plus cher le pétrole de sa voiture. Les situations de marché oligopolistiques sont donc inefficaces car elles nuisent au consommateur en influençant le marché.

Pour conclure, la théorie des jeux nous fait constater que les entreprises d'une oligopole devraient s'entendre et fixer les prix ou la quantité offerte sur le marché, sinon être soumis à la guerre des prix et à la concurrence. Dans ces ~~scénarios~~ scénarios, le consommateur est contraint de abandonner sa consommation ou de perdre son pouvoir d'achat, de voir son surplus et le surplus total diminuer, ainsi que de se contenter de produits de faible qualité et diversité, puis de ~~subir~~ <sup>subir</sup> une baisse de l'innovation, première cause de la croissance économique, car les entreprises n'ont plus les moyens ou n'ont plus la nécessité de se faire la concurrence du fait de posséder le ~~pouvoir~~ <sup>suffisamment des</sup> ~~parts~~ parts de marché, faisant d'elle ~~puissance~~ <sup>ce</sup> qui lui donne le pouvoir d'influencer le marché (qui n'est donc plus soumis à la concurrence). L'oligopole est donc une situation de ~~marché~~ concurrence imparfaite qui peut être inefficace car elle nuit au bon fonctionnement du marché et nuit au consommateur.

Néanmoins, à l'échelle européenne et nationale, plusieurs acteurs agissent pour protéger le consommateur, comme la Commission européenne ou l'Autorité de la concurrence qui mettent en place des politiques pour assurer l'efficacité du marché et de ses opérations.