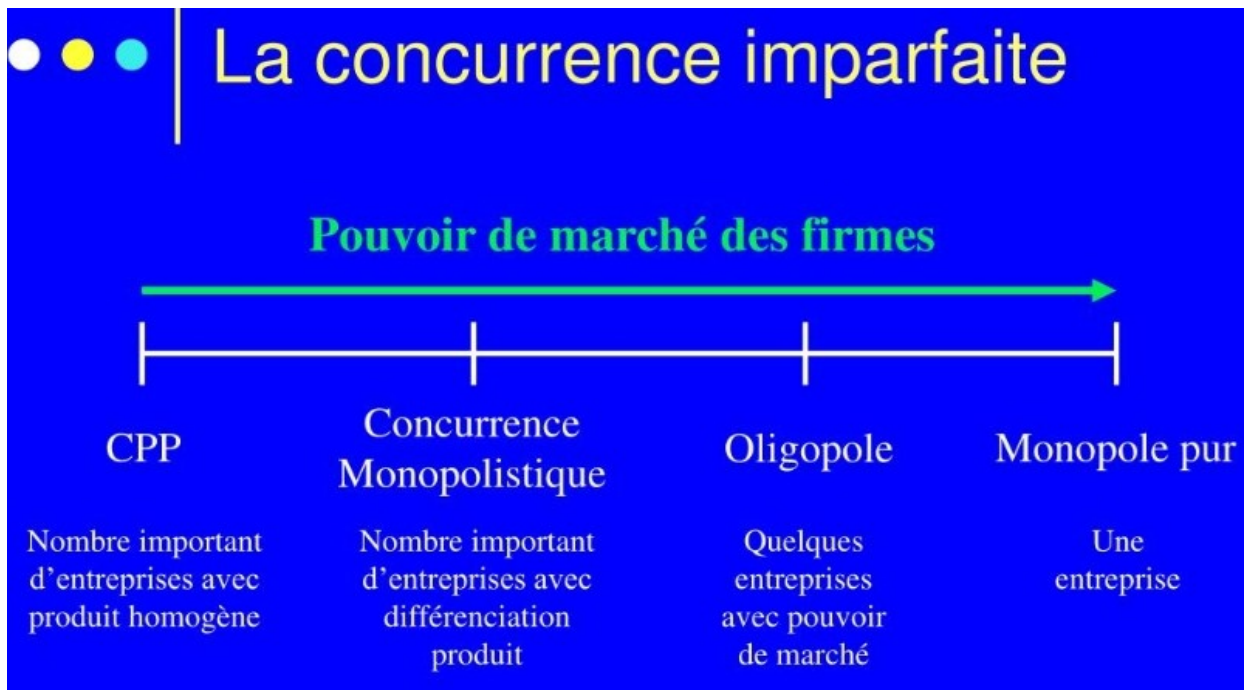


MEMO EN IMAGES ET SCHEMAS

Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?

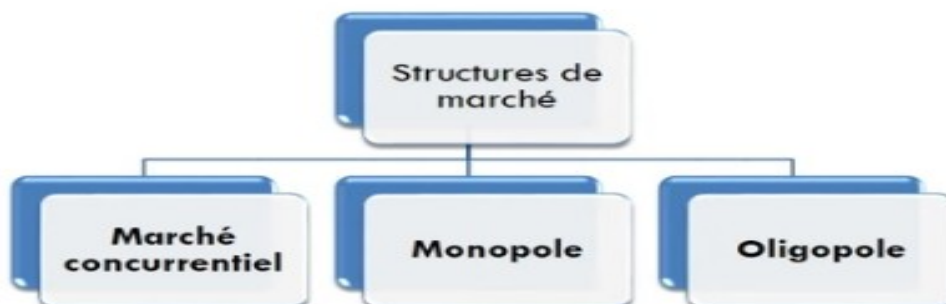


Le **pouvoir de marché** d'une entreprise résume sa marge de manœuvre en matière de détermination des prix de vente et des quantités mises sur le marché.



II. Les différentes structures de marché

Configuration de l'offre et de la demande sur un marché



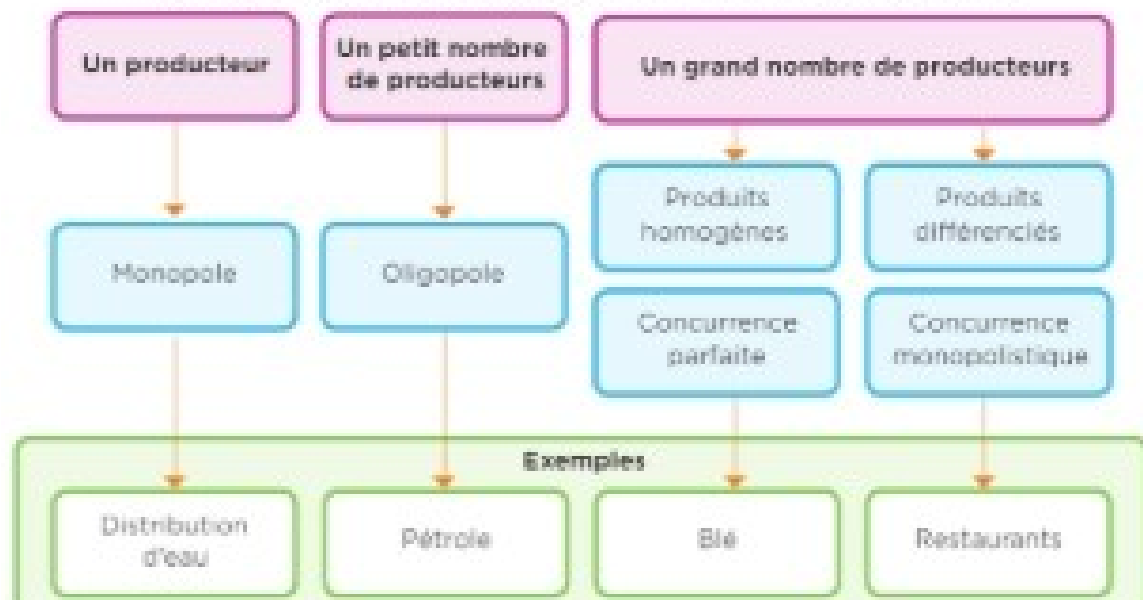
Les différentes structures de marché



	Concurrence pure et parfaite	Monopole	Oligopole
Un seul producteur		X	
Beaucoup de consommateurs	X	X	X
Quelques producteurs			X
Beaucoup de producteurs	X		

Deux critères, le nombre de producteurs et la différenciation des produits, permettent de caractériser le monopole, l'oligopole et la concurrence monopolistique par rapport à la concurrence parfaite.

Nombre de producteurs face au grand nombre de consommateurs



Notions



Pouvoir de marché : Capacité pour une entreprise de fixer un prix supérieur à celui qui résulterait du jeu de la libre concurrence.



Barrières à l'entrée et à la sortie : Obstacles que rencontrent les entreprises pour entrer sur un marché donné ou en sortie.



Entente : L'entente est une action concertée entre entreprises visant à fausser le jeu de la concurrence sur un marché de produits ou de services déterminés.

Structure de marché	Nombre d'offreurs	Nombre de demandeurs	Caractéristiques du produit	Capacité à contrôler les prix
<i>Concurrence parfaite</i>	Beaucoup	Beaucoup	Homogénéité (produits identiques)	Aucune
<i>Monopole</i>	Un seul	Beaucoup	Un seul produit	Forte
<i>Oligopole</i>	Quelques-uns	Beaucoup	Produits différenciés ou identiques	Moyenne
<i>Concurrence monopolistique</i>	Beaucoup	Beaucoup	Produits différenciés	Faible

Source : Melchior

Le monopole



Impose son prix de vente



Activités à coûts fixes très importants

Marchés réglementés

Quels sont les types de monopoles ?

Monopole naturel

Dans certaines activités, les coûts d'investissement (coûts fixes) sont très élevés (réseau électrique, chemins de fer...) si bien que le coût moyen baisse quand la production augmente (rendements d'échelle croissants). Une seule entreprise peut fournir l'ensemble du marché tout en restant plus compétitive que tout autre concurrent.

Tunnel sous la Manche, Sncf Réseau

Monopole institutionnel ou légal

Il résulte de la loi ou de mesures réglementaires. L'État peut ainsi accorder des droits exclusifs à une entreprise privée ou publique pour exploiter un service public ou produire des biens et des services (le monopole légal a souvent été un monopole public et naturel).

France Télécom, EDF, La Poste avant l'ouverture à la concurrence

Monopole d'innovation

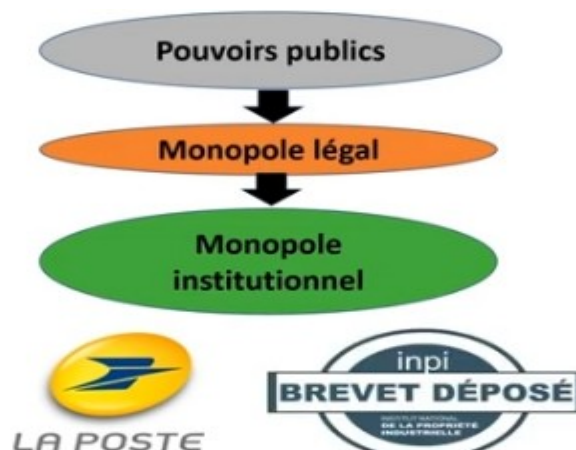
Entreprise qui, à la suite d'une innovation (de produit ou de procédé), se trouve momentanément seule sur un marché. Ce monopole est toujours temporaire car la « rente d'innovation » attire des concurrents.

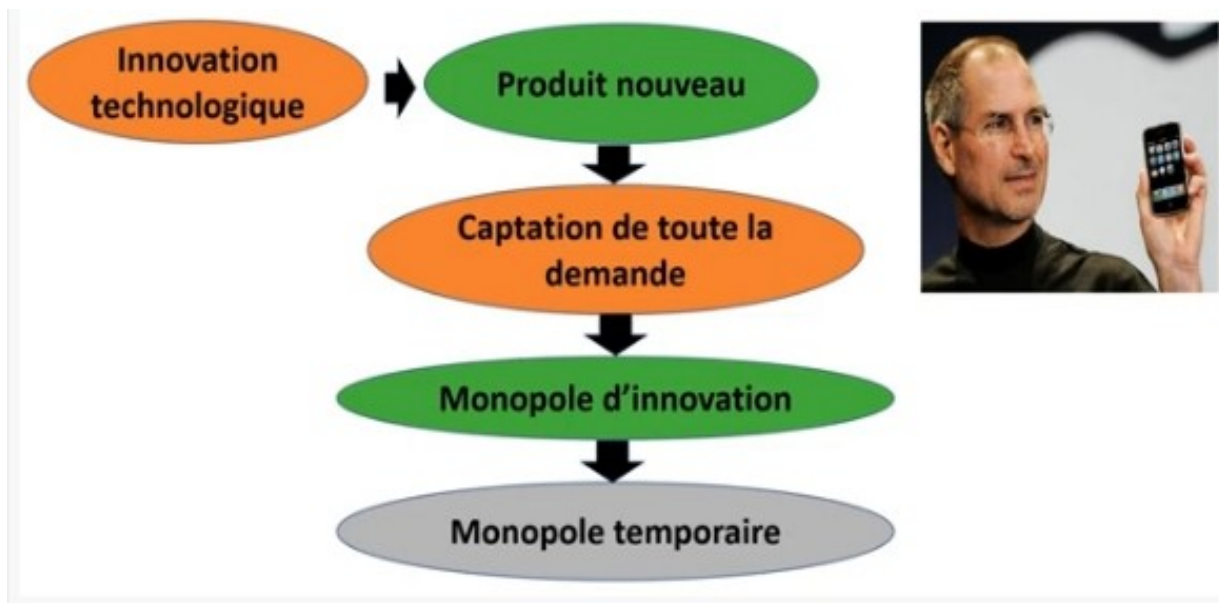
Iphone en 2007, logiciel Word en 1983...

Monopole contestable

Monopoles confrontés au risque d'arrivée de nouveaux concurrents puisqu'il n'existe pas de barrières à l'entrée ou à la sortie, ce qui les amène à modérer leurs prix pour ne pas attirer des entreprises si leur rente de monopole (profits) est trop élevée.

Google, contraint d'innover et de se diversifier





Les stratégies

La stratégie de **concurrence monopolistique**



La stratégie de **guerre des prix**



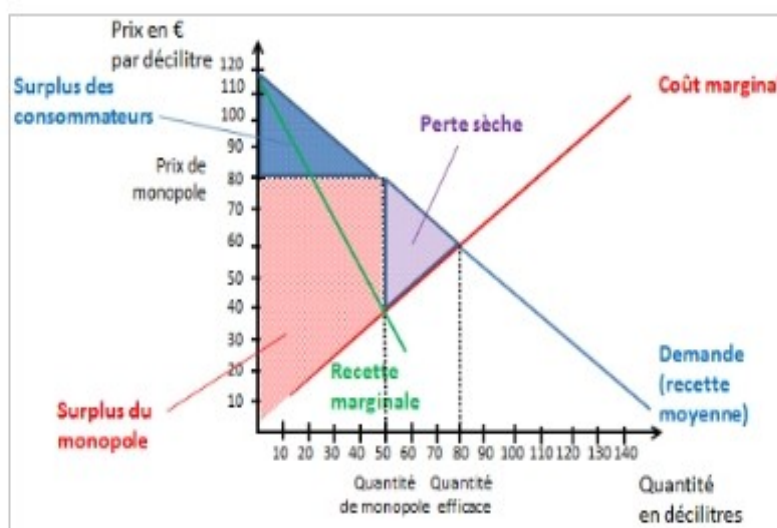
Types de barrières	Définition
Barrières structurelles	Existence de coûts fixes élevés et/ ou de possession d'une ressource clé
Barrières stratégiques	Actions intentionnelles, légales ou non, des entreprises afin d'empêcher des concurrents d'entrer sur le marché.

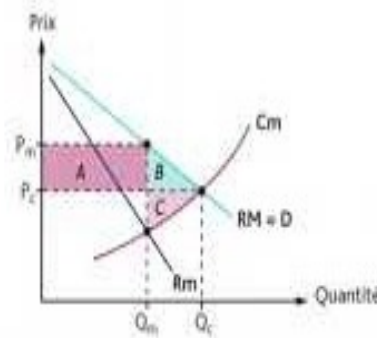
Intensité et structure concurrentielle

Le nombre de concurrents présents dépend lui-même du degré d'ouverture des marchés et de l'existence de barrières à l'entrée :

- financières (investissements)
- technologiques
- ressources rares
- savoir-faire (compétences rares)
- réputation

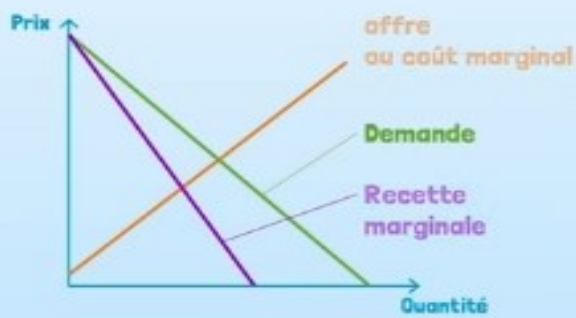
Figure 4 : L'inefficacité du monopole relativement à la situation concurrentielle : l'apparition d'une perte sèche





monopole est inefficace
prix plus élevé

LE PRIX SUR LES MARCHÉS IMPARFAITEMENT CONCURRENTIELS



LE POUVOIR DE MARCHÉ DES MONOPOLES ET DES OLIGOPOLES



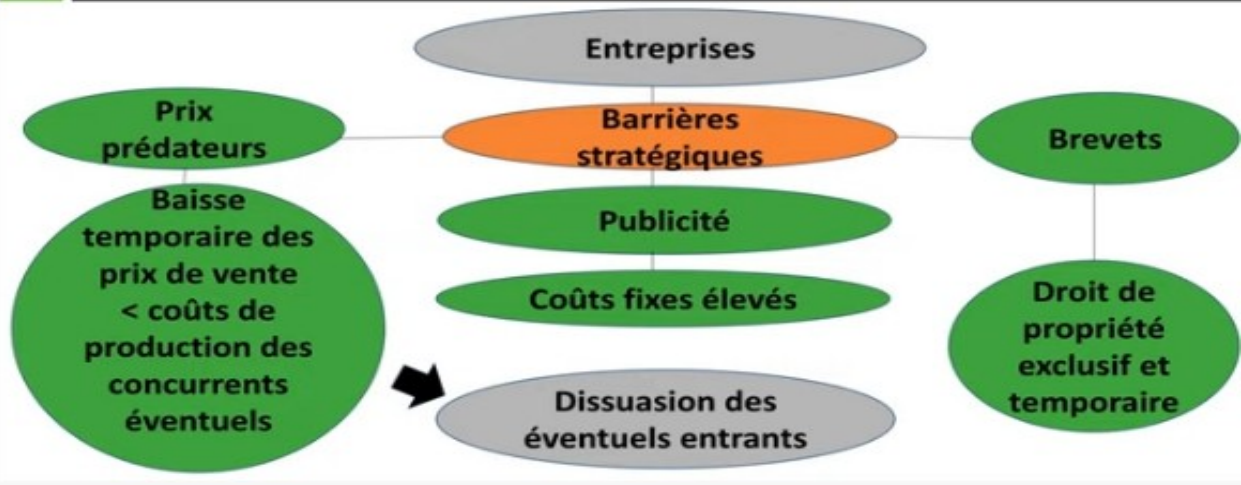
LE POUVOIR DE MARCHÉ DES MARCHÉS IMPARFAITEMENT CONCURRENTIELS



Définition :

La concentration est un processus qui entraîne une augmentation de la taille des entreprises (capital, investissement, effectifs...) et une diminution du nombre des entreprises d'un secteur d'activité (concentration par secteur d'activité) ou d'une branche d'activité (concentration par branche d'activité).

5. Les barrières stratégiques sont une source de pouvoir de marché



1. Distinguer les barrières structurelles des barrières stratégiques.

Définition : Les barrières à l'entrée sont des obstacles empêchant les concurrents d'entrer sur un marché. L'OCDE distingue les barrières structurelles qui sont des obstacles résultant de conditions particulières de production d'un secteur d'activité donné (coûts fixes élevés ou possession d'une ressource clé) ou de barrière stratégiques résultant de comportements des firmes à l'égard de leurs concurrents.



LE PRIX SUR LES MARCHÉS IMPARFAITEMENT CONCURRENTIELS



CONCURRENCE

	Profit de A si A baisse les prix	Profit de A si A augmente les prix
Profit de B si B baisse les prix	10	0
Profit de B si B augmente les prix	0	15

ENTENTE

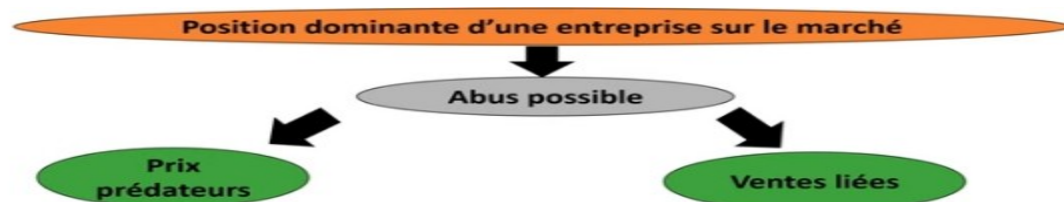
Concurrence versus Collusion: Le Dilemme du Prisonnier

- Un exemple de Théorie des Jeux, appelé le *Dilemme du Prisonnier*, illustre le problème auquel font face les firmes oligopolistiques.
- Scénario
 - Deux prisonniers sont accusés d'avoir collaboré à un crime.
 - Ils sont enfermés dans des cellules séparées et ne peuvent pas communiquer.
 - On demande à chacun d'avouer son crime.



Le dilemme du prisonnier

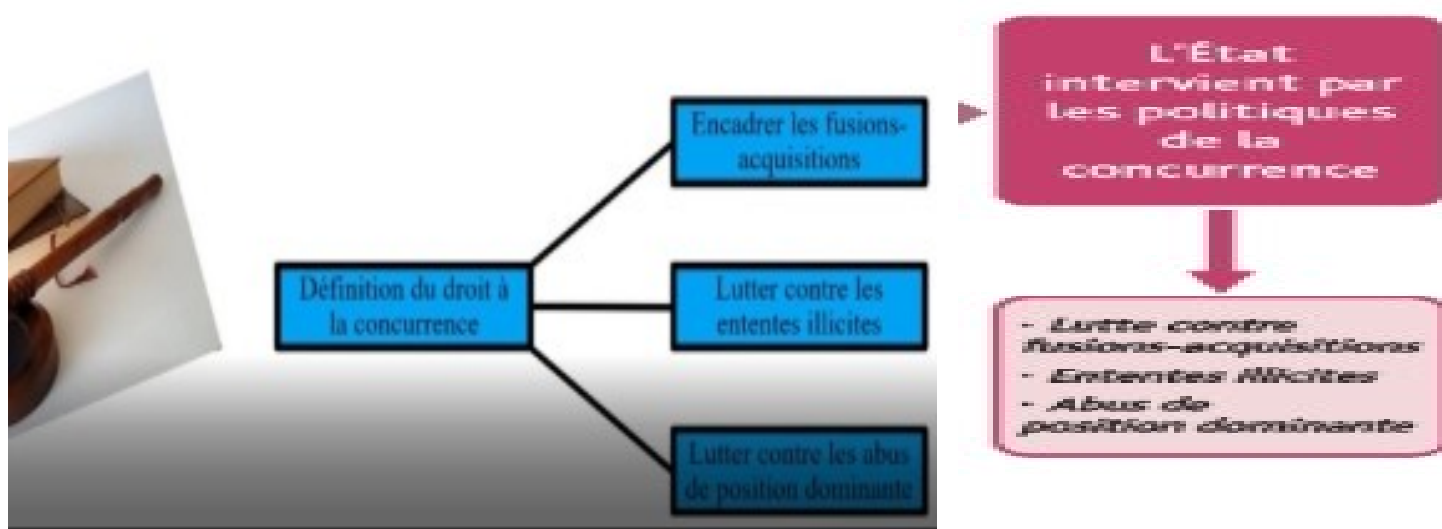
- Le dilemme du prisonnier permet de comprendre pourquoi la coopération est difficile à réaliser : **Jeu non coopératif**
- On considère 2 prisonniers, on ne connaît pas le coupable.
- Le Juge leur propose de se dénoncer de la manière suivante :
- Si Joueur1 dénonce J2 et que Joueur2 ne dénonce pas Joueur 1 : Joueur 1 est libre.
- Si les 2 se dénoncent : ils écopent chacun de 8 ans de prison. Si Joueur1 ne dénonce pas J2 mais que J2 dénonce, Joueur1 écope de 10 ans de prison.
- Lorsque le jeu est joué une **seule fois**, l'attrait de la dénonciation est très fort bien que la coopération soit la meilleure solution pour les deux joueurs.



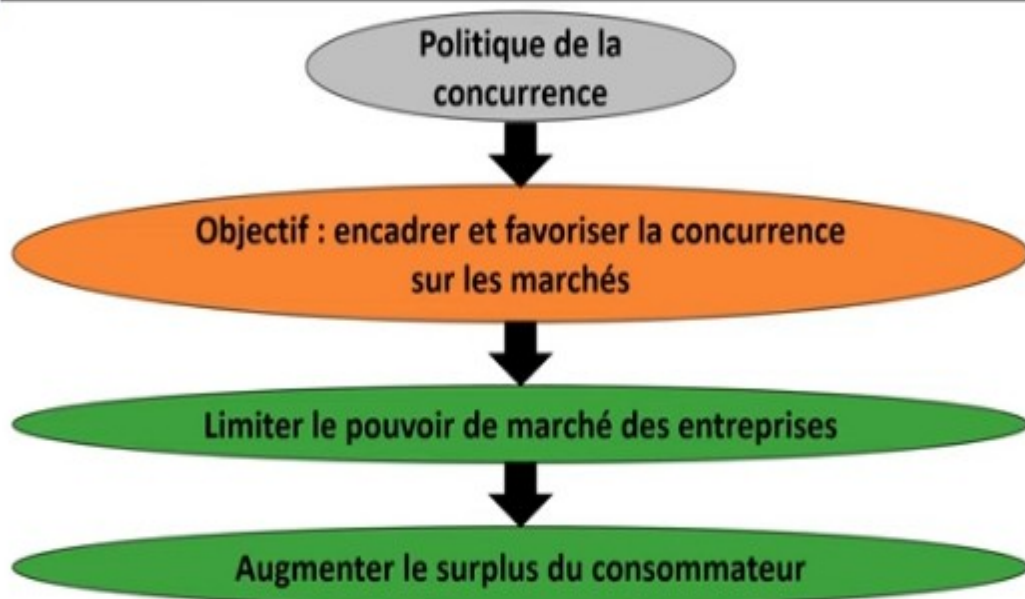
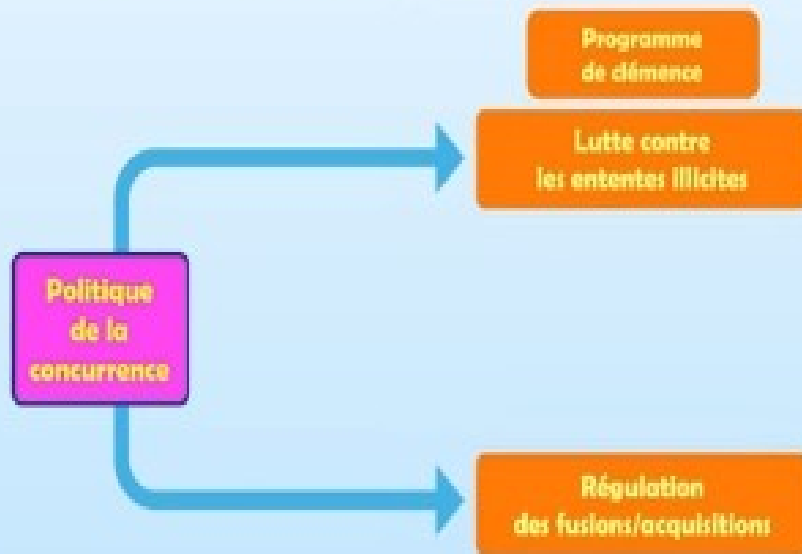
C) L'EXISTENCE D'OLIGOPOLES JUSTIFIE UNE POLITIQUE DE LA CONCURRENCE,



La politique de la concurrence



LA POLITIQUE DE LA CONCURRENCE





Objectif : profit plus élevé

Entente illicite

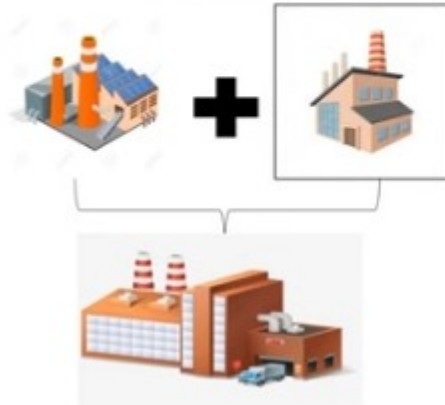
Prix

Informations confidentielles

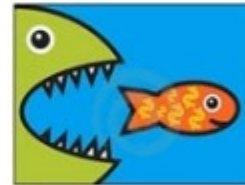
Répartition des marchés

Quotas de production

Fusion



Acquisition



Risque d'une hausse des prix pour les consommateurs



Politique de la concurrence efficace



LE DROIT ET DE LA POLITIQUE DE LA CONCURRENCE VISENT A MAXIMISER LE BIEN-ETRE DU CONSOMMATEUR

- L'objectif d'un droit moderne de la concurrence est d'accroître l'efficacité dans l'intérêt des consommateurs
- Dans le cadre du droit européen, par exemple, le consommateur est prioritaire
- L'Ensemble de principes et règles de l'ONU sur la concurrence cite le bien-être des consommateurs dans ses objectifs

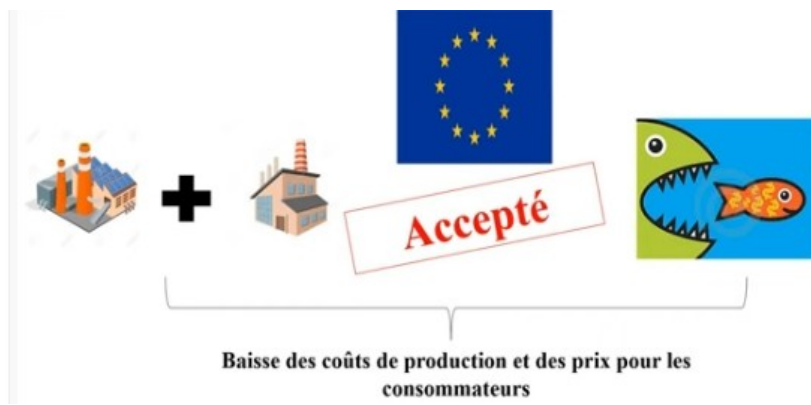
Contrôler les fusions-acquisitions

Prévenir les pratiques anticoncurrentielles

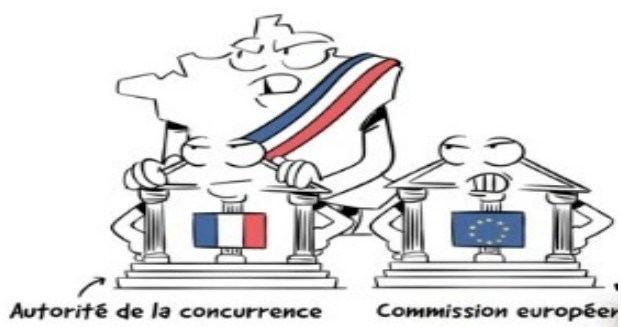
Sanctionner les abus de position dominante

Sanctionner les ententes





Éviter les abus



BILAN

■ Rôle d'une politique de la concurrence :

4 domaines d'actions :

- Accords anticoncurrentiels (répression des accords et abus de position dominante) :



- Contrôle des concentrations d'entreprises ;
- Libéralisation ;
- Contrôle des aides d'État.

COMMENT LES MARCHÉS IMPARFAITEMENT CONCURRENTIELS FONCTIONNENT-ILS ?

MODELE THEORIQUE

Il existe 5 conditions pour que le marché soit dit de concurrence pure et parfaite

Si une condition manque : concurrence imparfaite **RÉALITÉ**



Les offreurs sont *price maker* : ils peuvent influencer le prix.

Sur certaines structures de marché

💡 Ils ont aussi un pouvoir de marché

qu'ils peuvent développer ou conserver grâce à certaines stratégies

OÙ ?

Les structures de marché non concurrentielles

Monopole

- Un seul offreur
- Une multitude de demandeurs



Oligopole

- Un petit nombre d'offreurs
- Une multitude de demandeurs



Les instances européennes et l'État interviennent pour favoriser la concurrence et surveiller le marché.



- À l'abus de position dominante
- Aux ententes illicites
- À certaines concentrations
- À certaines barrières à l'entrée

COMMENT ?

Les stratégies d'entreprise

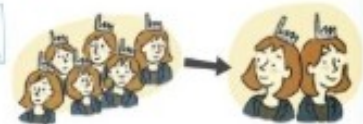
Concurrence monopolistique

- 💡 = Différencier son produit
- 2 moyens :
- Innovation
 - Publicité



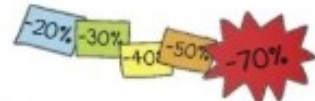
Concentration

- 💡 = Diminuer le nombre de producteurs et augmenter la taille de chacun d'eux.



Guerre des prix

- 💡 = Diminuer les prix pour que certains concurrents ne puissent pas suivre et sortent du marché.



Entente

- 💡 = S'entendre avec ses concurrents pour fixer les prix et/ou les quantités.



⚠️ Souvent illégal