

I. Approche théorique : formaliser le marché comme un modèle...

II. ... et savoir critiquer le modèle (approche critique).

A. Des limites du marché...

<https://www.youtube.com/watch?v=yKx6VsHveCg>

1. Des formes monopolistiques qui éloignent du modèle ...

a. L'intérêt à s'entendre : de l'oligopole...

Si la condition d'atomicité est rompue il n'y a plus C. _____ [Pure / Parfaite] Dans ce cas les producteurs ou les demandeurs ne sont plus forcément p _____ de _____. On parle d'oligopole lorsqu'il y a que quelques offreurs et d'oligopsonne quand il n'y a que quelques demandeurs.

Identifiez :

« On peut voir aujourd'hui **la grande distribution** comme un _____ : peu de vendeurs se retrouvent face à une multitude d'acheteurs-consommateurs qui ne peuvent pas bien connaître les prix, compte tenu du nombre de références, de la variété des conditions, etc. On peut la voir comme un _____ : ils sont un petit nombre d'acheteurs face au grand nombre d'industriels. »

<https://www.senat.fr/rap/r06-200/r06-20041.html>

? [Oligopole / Oligopsonne]	? [Oligopole / Oligopsonne]
= Les ménages face à la grande distribution	= la grande distribution face aux agriculteurs

Le prix devient une variable stratégique. En C.P.P. un producteur ne pouvait augmenter son prix sans risque de perdre toute la demande capable d'identifier cette hausse (condition de _____) ni baisser ses prix sans perdre une partie du bénéfice puisqu'alors le C_{mg} (C _____ M _____) serait devenu [supérieur / inférieur] au prix.

Le « dilemme du prisonnier » est une des situations « de jeu » d'interaction dans lequel le « profit » de chacun dépend de ses décisions **et** de celles des autres. Prenons le cas de deux entreprises similaires en situation de duopole. Les prix de vente et les profits des deux entreprises sont relativement faibles (gain de 5) ; les entreprises auraient donc intérêt à s'entendre sur une hausse simultanée de leurs prix. De cette façon, elles peuvent accroître leurs profits sans perdre leur _____ de marché (gain à l'échange respectif de 15). Si une entreprise augmente ses prix alors son gain devient nul tandis que l'autre obtient un gain de 20.

→ Complétez le tableau ci-contre

Matrice des gains à l'échange dans une situation de concurrence en prix.

		Entreprise 2**	
		Prix augmenté	Prix faible ou inchangé
Entreprise 1*	Prix augmenté	(__ ; __)	(__ ; __)
	Prix faible ou inchangé	(__ ; __)	(__ ; __)

$(X^* ; y^{**}) = (\text{gains Entreprise 1} ; \text{gains entreprise 2})$

Montrez que pour chaque entreprise l'absence de coordination les conduit à choisir une solution sous-optimale, mais qui est, en revanche, favorable aux consommateurs (du fait du niveau de prix plus faible). Dites pourquoi la tentation de baisser les prix persiste en l'absence de coordination.

L'Autorité de la concurrence inflige de fortes amendes au "cartel des titres restaurant"

Des sanctions contre des "cartels de grande envergure". L'[Autorité de la concurrence](#) a frappé fort, mercredi 18 décembre, avec des amendes importantes, de 414 millions d'euros dans le secteur des titres restaurant et de 58,3 millions dans celui des fabricants de compotes. Plusieurs groupes visés ont dénoncé ces sanctions et promis de faire appel.

Dans le secteur des titres restaurant, utilisés par quelque 4 millions de salariés d'entreprises, Edenred, émetteur de Tickets Restaurant, a été le plus lourdement sanctionné, suivi par Sodexo (126 millions), Natixis Intertitres (83 millions) et enfin Up (ex-Chèques Déjeuner, 45 millions d'euros). Ces entreprises ont été épinglées pour une entente portant sur des échanges d'informations : elles se communiquaient leurs parts de marché mensuelles respectives.

"Dans un marché très concentré", où ces quatre entreprises réunies détiennent près de 100% de parts de marché, "ces échanges d'informations permettaient à chacun d'apprécier la ligne stratégique des concurrents et favorisaient une coordination des comportements sur les marchés", a précisé l'Autorité de la concurrence. Un deuxième grief a été retenu : un "verrouillage" du marché des titres restaurant, qui a freiné la dématérialisation de ces derniers. Ces entreprises voulaient le retarder afin de rendre difficile l'émergence de nouveaux concurrents.

franceinfo avec AFP France Télévisions - publié le 18/12/2019 | 22:13

Les acteurs du marché des titres-restaurant condamnés à 415 millions d'euros d'amende

Dans un communiqué, l'Autorité de la concurrence estime que "ces acteurs ont méconnu le droit de la concurrence en mettant en place des pratiques constitutives d'entente". Elle met en exergue deux types de pratiques :

1. entre 2010 et 2015, le partage d'informations commerciales confidentielles sur leurs parts de marché respectives qui, ajoute l'autorité "a permis de restreindre la concurrence entre eux";
2. entre 2002 et 2018, une série d'accords ayant pour objet de "verrouiller le marché des titres-restaurant en contrôlant l'entrée de nouveaux acteurs et en s'interdisant réciproquement de se lancer dans l'émission des titres dématérialisés (sous forme de carte ou d'application mobile)". "Ces pratiques ont porté atteinte à la concurrence et freiné le développement en France de l'innovation technologique, avec les titres-restaurant dématérialisés", ajoute l'autorité.

<https://www.boursorama.com>

Questions

- Q.1. Donnez plusieurs écritures possibles de la notion de part de marché
- Q.2. Calculez l'indice des amendes base 100 Sodexo. Interprétez un de vos résultats
- Q.3. Relevez le passage permettant de dire s'il s'agit d'un oligopole ou d'un oligopsonne.
- Q.4. Quels sont les principes du modèle de C.P.P. qui ne sont manifestement pas présents ?

b. ... au monopole : être « faiseur de prix » grâce à un « pouvoir de marché » ...

Complétez le tableau à l'aide du dossier documentaire fourni

<i>Types de monopoles</i>	<i>Exemple</i>	<i>Caractères principaux...</i>	<i>... et origine du pouvoir de marché</i>
<i>Le monopole naturel</i>			
<i>Le monopole « local »</i>			
<i>Le monopole institutionnel</i>			
<i>Le monopole d'innovation</i>			

<i>IPhone Capsules Café</i>	<i>Les coûts fixes sont très élevés. La mise en œuvre de la production exige d'énormes investissements</i>	<i>Reconnaissance de droits exclusifs Ex : Droits d'auteur, brevet(s)...Activité règlementée par l'Etat.</i>
<i>Une seule épicerie dans un périmètre large, Accès privilégié à une matière 1^{ère} (ex. diamants)</i>	<i>L'État donne à une entreprise le droit exclusif de produire un bien ou un service</i>	<i>SNCF</i>
<i>Il existe une contrainte de distance, une spécificité géographique...</i>	<i>Ouverture d'une pharmacie</i>	<i>L'activité est protégée souvent pour son utilité publique (économique, sociale culturelle...)</i>
<i>Les demandeurs n'ont pas le choix sauf au prix d'un déplacement coûteux</i>	<i>Activité de service public à caractère (partiellement) non-marchand</i>	<i>Seul offreur puisque 1^{er} a avoir eu l'idée (nature du bien ou du service, mode de production, de distribution...)</i>

Liens entre certains aspects : monopole institutionnel et naturel

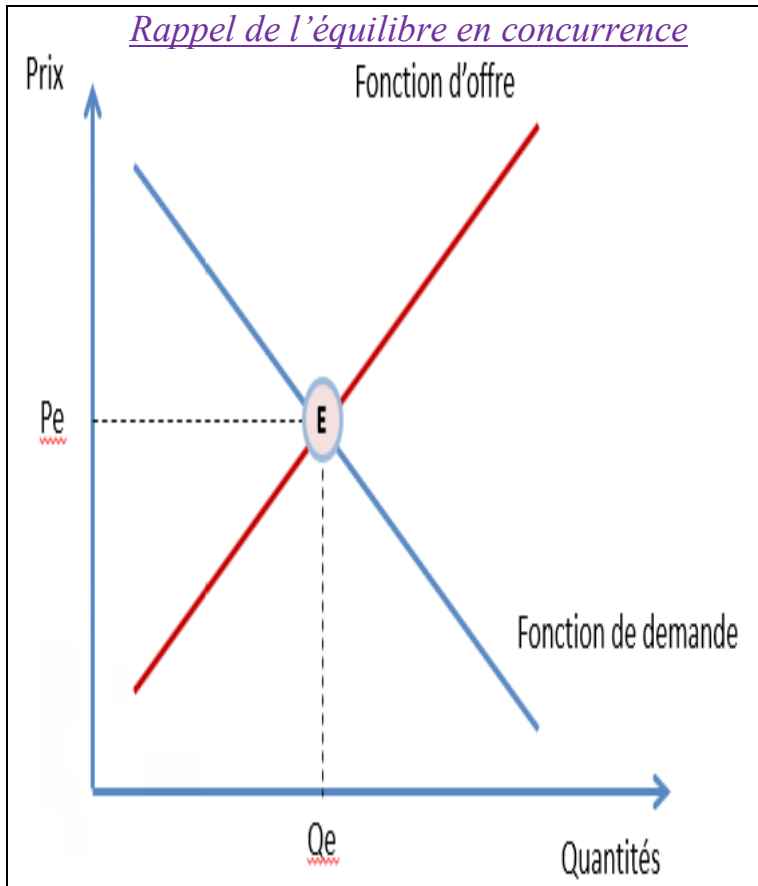
Que penser de la situation entre Coca-cola et Pepsi ? Justifiez le terme de « concurrence monopolistique » à partir d'éléments du tableau

c. ... le pouvoir de marché : des sources aux effets.

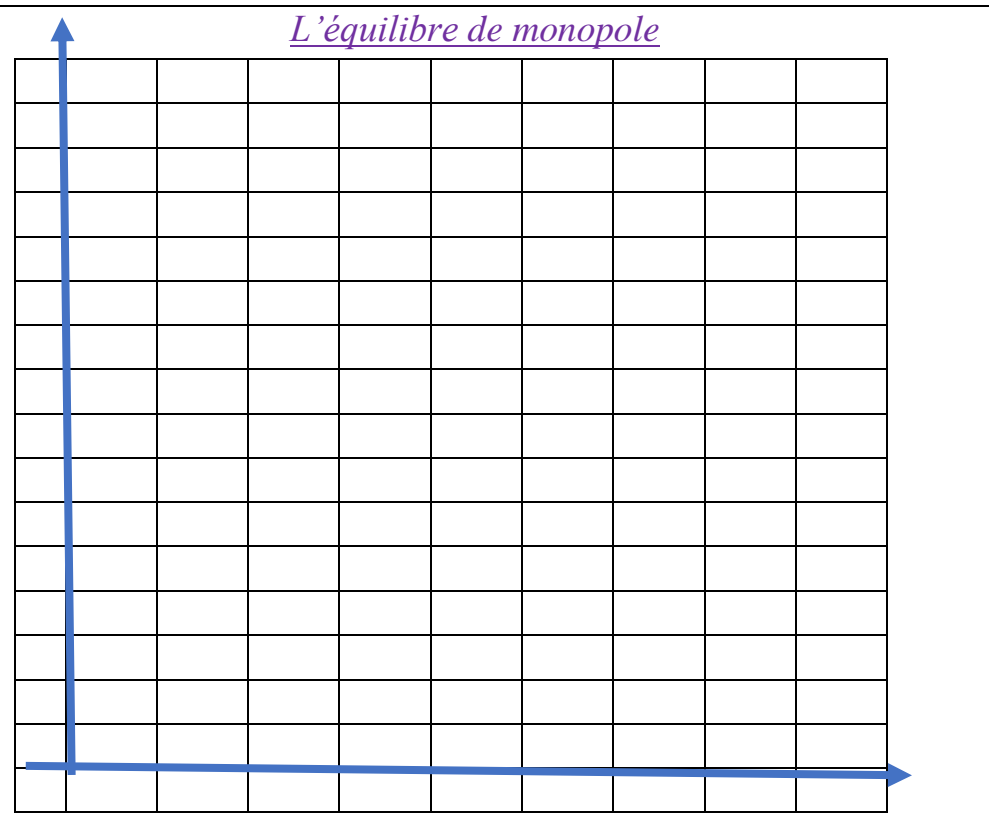
On a vu à travers l'oligopole, le monopole les principales sources du pouvoir de marché : nombre limité [d'offreurs / de demandeurs], incitations à réaliser des _____ sur les prix ou sur les _____ ou encore _____ à l'entrée.

La concurrence est dite parfaite si le mode d'ajustement du marché se fait toujours par le _____. Dès lors qu'un acteur peut fixer le prix la concurrence devient _____. On dit alors qu'il y a un pouvoir de marché. En situation de C _____ P _____ P _____. les acteurs sont price _____ ou _____ de prix. Ici un ou des acteurs deviennent price _____ ou _____ de prix.

Quand le marché est imparfait, le niveau du prix est [supérieur/ inférieur] à celui qui résulterait de la concurrence et le niveau de production est [inférieur/ supérieur] à celui qui résulterait de la concurrence ; le surplus du consommateur est donc [augmenté / réduit]. Les effets sont économiques, sociaux mais aussi juridiques. Cette situation n'étant pas optimal les autorités compétentes optent pour une politique cherchant à contrecarrer cette tendance et à se rapprocher (relativement) du _____ de CPP puisque les situations monopolistiques sont considérées, en général, comme sous optimales.



Q.1. Qu'est-ce qui contraint l'offre en matière de fixation des prix en C.P.P. ? **Q.2.** La situation de monopole modifie-t-elle les préférences, le budget des demandeurs potentiels ou les situations de prix relatifs ? Dans ces conditions, quelle contrainte va perdurer même lorsque-il y a monopole ? **Q.3.** Dessinez la courbe de demande en situation de monopole sur le graphique ci-contre.

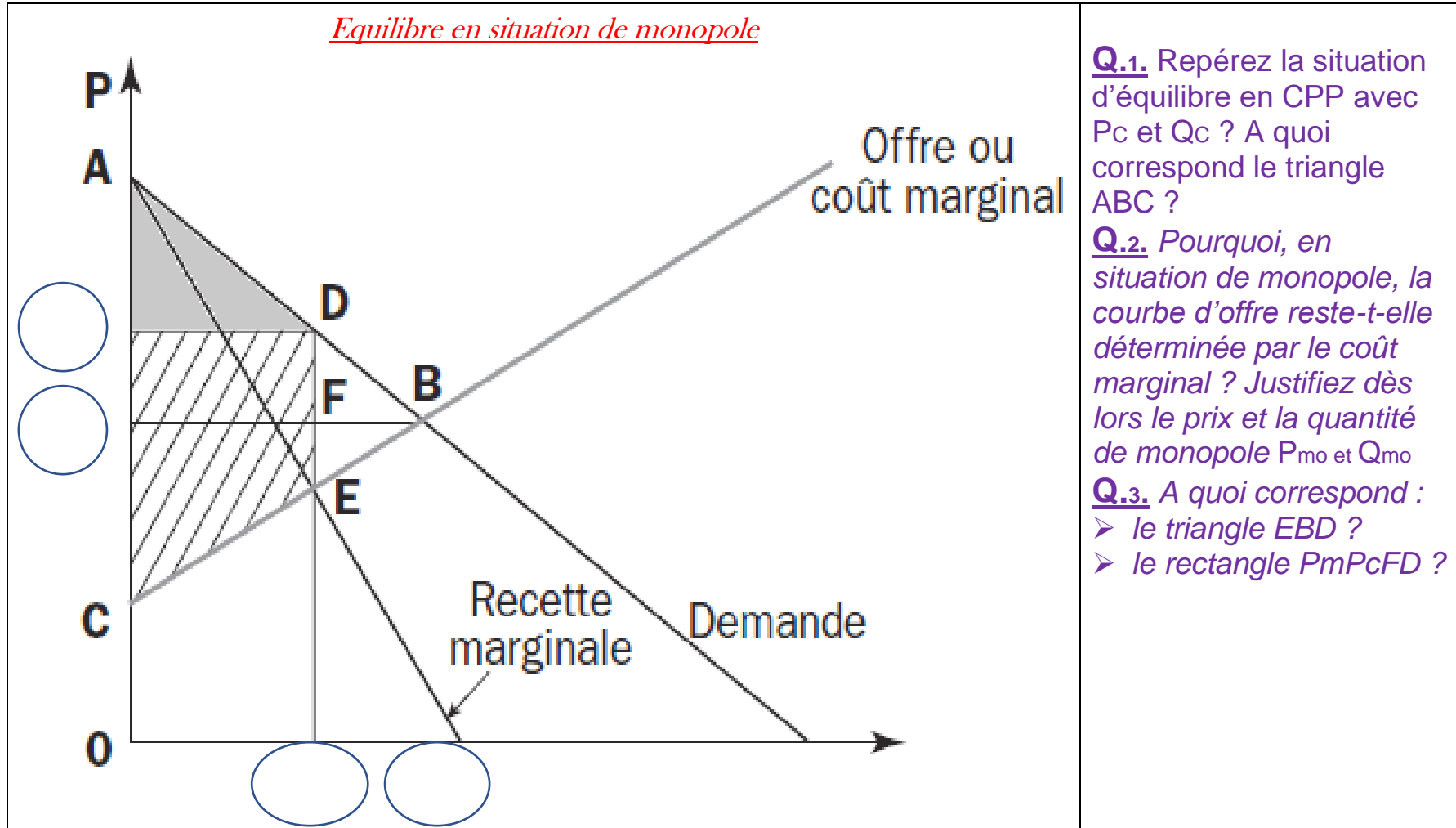


Q.4. Rappelez l'écriture du C.A. Pourquoi pour élargir ses ventes le monopoleur doit-il baisser ses prix ? En quoi le prix va-t-il déterminer sa recette marginale ? **Q.5.** Si le producteur est en situation de monopole où peut-il fixer son prix ? Pourquoi la recette marginale est-elle constante en CPP ? Expliquez pourquoi la recette marginale serait confondue avec la courbe de demande si le producteur pouvait connaître les intentions de chaque demandeur et pouvait dès lors les « discriminer par les prix » (on parle de monopole discriminant). Que devient alors le surplus des demandeurs ? **Q.6.** Tracer une courbe de recette marginale « intermédiaire » avec ce cas extrême.

Bilan : Les autorités publiques peuvent dès lors vouloir éviter cette situation de marché où le gain _____ peut être moindre. En effet dans un cas extrême le surplus des _____ pourrait être nul.

2. ... et la volonté de revenir vers le modèle : la politique de concurrence.

a. Une politique de la concurrence suppose des raisons...



Bilan : Le prix de monopole (P_m) est _____ au prix d'équilibre sur un marché concurrentiel (P_c). Il y a donc une perte d'une partie du _____ à l'_____. De plus la quantité de monopole est _____ à celle de concurrence pure et parfaite. La politique de concurrence vise à limiter la perte des surpluses.

b. ... et des objectifs qui nécessitent des moyens

Compléter le tableau à partir des textes

<i>1) Interdire les ententes illicites</i>			
<i>2) Lutter contre les abus de position dominante</i>			
<i>3) Réguler les fusions-acquisitions</i>			

Définition de la politique de concurrence : La politique de la concurrence peut être définie comme l'ensemble des objectifs, des instruments et des décisions prises par une autorité publique de régulation pour encadrer et favoriser la concurrence sur les marchés : il s'agit donc d'en définir les règles, de contrôler les comportements des acteurs et de sanctionner les comportements menaçant la concurrence et susceptibles de réduire le surplus du consommateur, par exemple par la fixation d'un prix supérieur à celui qui résulterait de la concurrence. La question du renforcement potentiel du pouvoir de marché est au cœur des décisions prises par les autorités de régulation. Ces décisions portent notamment sur 3 ensembles de pratiques : les ententes illicites, les abus de position dominante et les fusions-acquisitions.

La politique de la concurrence face aux ententes...	...face aux abus de position dominante	...face aux opérations de fusions-acquisitions
<p>Les ententes sont considérées, d'une façon générale, comme injustifiables. Par exemple, une entente illicite sur les prix a pour conséquence un transfert injustifié des consommateurs vers les producteurs : cette hausse de prix n'est pas la contrepartie d'une innovation, le produit vendu reste identique.</p> <p>Les autorités ont la possibilité d'initier des enquêtes, des visites surprises et disposent d'un programme de clémence. La possibilité offerte par ce programme de clémence d'être (en partie ou totalement) exonéré du paiement d'une amende peut inciter les membres d'un cartel à se dénoncer les uns les autres. Les sanctions sont essentiellement financières.</p> <p>Les autorités ont pour objectif d'augmenter ou de garantir le surplus du consommateur en luttant contre les pratiques d'ententes. C'est ce même objectif qui explique que certaines ententes sont considérées comme justifiées par les autorités de la concurrence et, dès lors, déclarées licites. C'est, par exemple, le cas des ententes technologiques qui sont appréciées à l'aune de leurs effets positifs sur le surplus collectif. Il peut s'agir d'accords de recherche et développement visant à développer en commun des produits ou des procédés nouveaux. Ces pratiques peuvent être acceptées dans la mesure où elles permettent d'accroître le bien-être collectif en réduisant les coûts que génère la recherche-développement : baisse du risque d'échec (et de perte des coûts irrécupérables) qui n'est plus supporté par une seule entreprise du fait de la diversification possible des projets, baisse du délai pour voir les bénéfices de l'innovation, etc.</p>	<p>Les abus de position dominante constituent un autre ensemble de pratiques des entreprises contrôlées et sanctionnées par les autorités de la concurrence. Ces pratiques présentent la difficulté de la caractérisation de la position dominante : elle peut n'être due qu'au fonctionnement normal du marché et relever d'une position « méritée » du fait du jeu de la concurrence.</p> <p>L'abus de position dominante peut prendre plusieurs formes parmi lesquelles les comportements de prix prédateurs (une entreprise en situation de position dominante baisse le prix de vente pour exclure ou discipliner un concurrent avant d'augmenter à nouveau le prix). Cela revient à sacrifier des profits à court terme en vue de profits plus élevés ensuite.</p> <p>Une autre pratique est celle des ventes liées : une entreprise en position dominante sur le marché du produit A cherche à éliminer la concurrence sur le marché du produit B en vendant ensemble les deux produits. En 2007, la Commission européenne a ainsi condamné Microsoft à payer 497 millions d'euros pour avoir lié la vente de son système d'exploitation Windows à celle du logiciel Windows Media Player.</p> <p>La mise en évidence d'un abus de position dominante implique la mise en évidence de cette position dominante. Celle-ci se définit juridiquement comme « la capacité à s'abstraire de la pression concurrentielle en se comportant de manière indépendante vis-à-vis des clients ou des concurrents » (Combes, 2016). D'un point de vue économique, elle se rapproche de la notion de pouvoir de marché.</p> <p>Les autorités de la concurrence disposent d'un ensemble d'outils pour mettre en évidence une position dominante parmi lesquels l'étude des parts de marché. Par exemple, en Europe, on considère que si la part de l'entreprise est inférieure à 40%, la probabilité qu'il y ait une position dominante est faible.</p>	<p>La politique de la concurrence peut se faire <i>a priori</i> : le contrôle repose sur un système de notification préalable par les entreprises qui doivent soumettre leurs projets de fusions-acquisitions aux autorités de la concurrence.</p> <p>Un élément pris en compte est celui du degré de concentration du marché (mesuré par les parts de marché), avant et après l'opération de fusions-acquisitions. Ainsi, aux États-Unis et en France, si l'entité issue de la concentration a une part de marché inférieure à 25% (concentration horizontale) ou 30% (concentration verticale ou conglomérale), les autorités considèrent qu'il y a un risque faible de hausse du pouvoir de marché.</p> <p>Des gains d'efficacité comme une baisse des coûts de production peut aboutir à l'autorisation d'une opération de concentration. Un arbitrage se fait donc entre pouvoir de marché et baisse des coûts : l'opération peut être acceptée si la baisse des coûts compense le pouvoir de marché. En effet, la baisse des coûts provoque une hausse du surplus du producteur qui est à comparer à la perte de surplus des consommateurs.</p>

3. ... qui doit conserver la dynamique du marché.

a. *Les paradoxes de la loi du marché : concurrence par les prix, élimination de la concurrence et tendance à la concentration*



→ *Economies d'échelle et concurrence Diaporama académie de Versailles*

b. ... recherche de distinction...

→ *Innovation et surprofit (supérieur au profit « normal »*

Dans la réalité capitaliste ce n'est pas cette modalité de concurrence* (1) qui compte, mais bien celle inhérente à l'apparition d'un produit, d'une technique, d'une source de ravitaillement, d'un nouveau type d'organisation. L'action de cette modalité de concurrence dépasse celle de la concurrence des prix. [...]

Il est à peine nécessaire de signaler que la concurrence du type présentement évoqué n'agit pas seulement quand elle se concrétise, mais aussi quand elle n'existe qu'à l'état latent de menace toujours présente, sa pression s'exerçant avant même qu'elle ne passe à l'offensive. L'homme d'affaires se sent placé dans une situation concurrentielle même s'il n'a pas de rival dans sa branche ou si, bien que n'étant pas seul de son espèce, il occupe une position telle que les enquêteurs officiels, ne constatant aucune concurrence effective entre lui et les autres firmes de la même branche ou de branches voisines, concluent à l'inanité**(2) des appréhensions concurrentielles formulées par lui : en fait, dans de nombreux cas, sinon dans tous, une telle pression virtuelle impose un comportement très analogue à celui que déterminerait un système de concurrence parfaite.

Joseph Schumpeter, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Petite Bibliothèque Payot, 1969, (1^{ère} édition : 1942).

* La concurrence par les prix.

** Caractère de ce qui est vain, inutile.

Questions

Q.1. L'apparition d'un produit rompt avec quelle condition de la concurrence ? En quoi cela conduit à une forme de monopole ? En quoi cela peut aussi satisfaire la demande ? Si chaque entreprise se distingue au moins par sa marque (aussi le design...) qu'entend-on par concurrence monopolistique ?

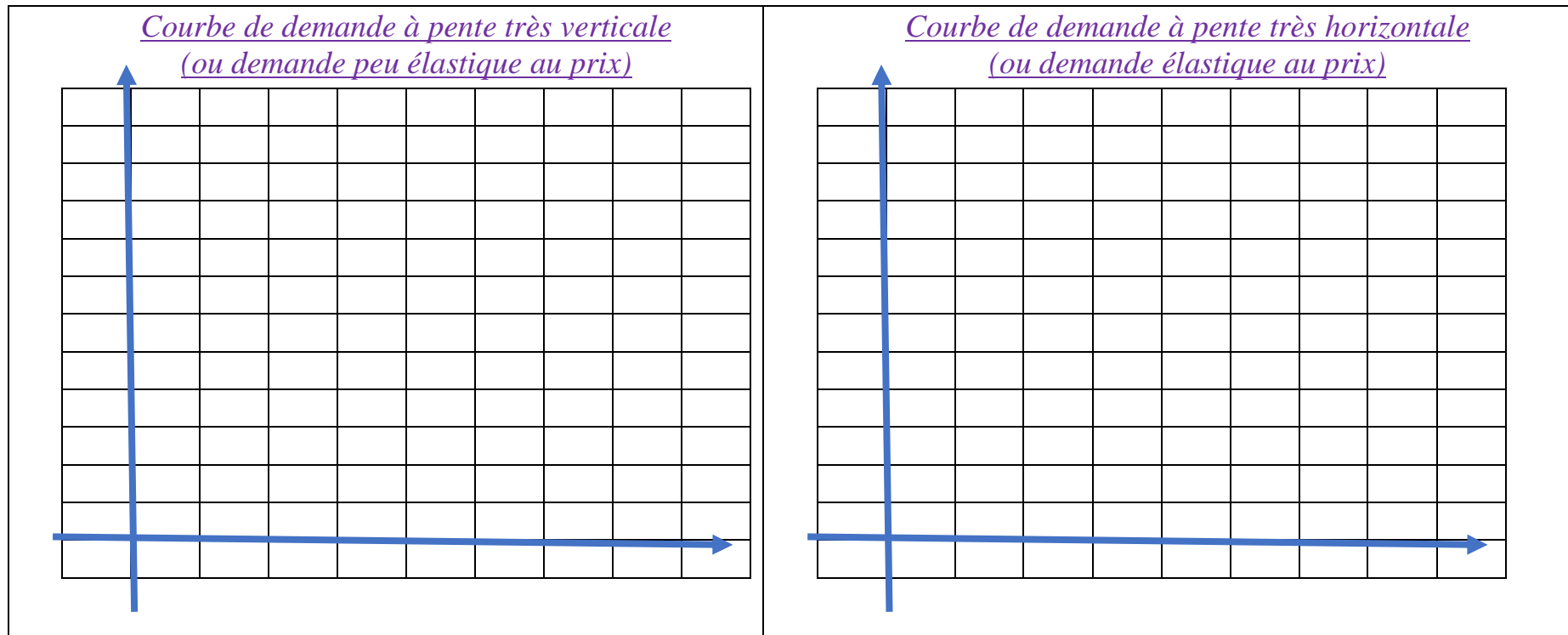
Q.2. L'apparition d'une nouvelle technique peut avoir des effets la productivité. Rappelez son écriture comptable et l'effet possible sur les coûts. Si l'impact se traduit par une baisse du prix expliquez les effets le long de la courbe de demande.

Q.3. L'apparition du travail à la chaîne (taylorisme/fordisme) est à associer à quelle innovation dans le texte ? Cela peut avoir des effets sur les économies d'échelle. Expliquez. Si l'impact se traduit par une baisse du prix expliquez les effets le long de la courbe d'offre. En quoi cela donne lieu potentiellement à davantage de concentration ?

Q.4. A quel aspect de la concurrence semble d'abord être attaché J.A. Schumpeter ?

c. ... et nature des biens et services produits

→ Inélasticité de la demande



Bilan : L'élasticité de la demande par rapport au prix, notée $\epsilon_{D/P}$, mesure une réaction. L'économiste cherche à voir la proportionnalité ou non de la réaction d'une grandeur (ici la demande) à la suite du changement d'une autre grandeur susceptible d'entraîner cette réaction (ici le prix est censé faire réagir la demande). Le calcul est logiquement le rapport de deux taux de variation. Le résultat est un coefficient de proportionnalité appelé coefficient d'_____. Ex. Si le prix varie de 5 % la quantité peut varier ...ou pas. Une réaction proportionnelle serait logiquement une [hausse/baisse] de [l'offre / de la demande] de ____%. Si cette réaction est en réalité de 10 % on dira que la demande est [élastique/inélastique] au prix. Dans le cas contraire on dira que la demande est _____ (par exemple pour une réaction de ____%)

$-\infty$	-2	-1	$-1/$	0	$/1$	1	2	$+\infty$
	<i>Élasticité relative</i>		<i>Relative inélasticité</i>		<i>Relative inélasticité</i>		<i>Élasticité relative</i>	

B. ... conditionnent des limites au marché.

Annexe

Découverte du dilemme du prisonnier

Le document 1 vise à faire découvrir la structure du jeu du dilemme du prisonnier et à l'appliquer à l'étude de l'interaction stratégique entre des firmes sur un marché oligopolistique.

1. Si A Telecom fixe son prix à 15 euros et que B Telecom le fixe à 30, A Telecom prend l'essentiel du marché, si ce n'est la totalité de ce marché. Il parvient à réduire suffisamment ses coûts unitaires pour réaliser des profits importants malgré le faible prix de l'abonnement.
2. L'entreprise B Telecom voit ses ventes chuter et, malgré un abonnement cher, ne parvient pas à rentabiliser ses coûts fixes. Elle fait des pertes. En inversant les rôles de A et B, on renverse logiquement les gains puisque les coûts comme les prix sont identiques (le jeu est symétrique).
3. Si les deux entreprises décident de fixer un prix élevé, les consommateurs sont bien obligés d'acheter ces abonnements plus chers. Même si certains renoncent, les profits des deux firmes sont plus élevés. Ces 2 firmes se comportent comme un monopole et prélèvent une rente sur le marché. Elles ont intérêt à s'entendre car le libre jeu de la concurrence conduit à un équilibre qui ne leur est pas avantageux. Leurs profits sont limités ici à 1 milliard alors qu'elles pourraient en obtenir 3 si elles s'entendaient sur un prix de 30 €.3.
4. En l'absence d'accord légalement institué, les firmes se retrouvent dans la situation du dilemme du prisonnier à devoir prendre leurs décisions dans leur coin. Même si elles peuvent négocier, elles restent libres de changer de décision ensuite. Le jeu du dilemme du prisonnier montre ainsi que les ententes sont a priori instables.4. La fin du jeu n'est pas connue sur un marché. Elle dépend de l'arrivée de nouveaux produits, de l'évolution des modes de consommation. L'incertitude sur la fin du jeu peut renforcer l'intérêt à coopérer.

		Prisonnier B	
		N'AVOUE PAS	AVOUE
Prisonnier A	N'AVOUE PAS	(0 ; 0)	(-2 ; 1)
	AVOUE	(1 ; -2)	(-1 ; -1)