

# 20 questions pour réviser les marchés imparfaitement concurrentiels

## Table des matières

1. Qu'est-ce qu'un pouvoir de marché ?.....	2
2. Comment appelle-t-on un agent économique capable d'influencer les prix ?.....	2
3. Qu'appelle-t-on la « Politique de la concurrence » ? .....	2
4. Distinguez les différents degrés de concurrence.....	2
5. Quelles sont les barrières à l'entrée dans un marché en situation de monopole ?.....	2
6. Qu'est-ce qu'une entente ?.....	2
7. Qu'est-ce que « l'abus de position dominante » ? .....	2
8. Distinguez les 4 types de monopole. Donnez un exemple de chaque.....	3
9. Pourquoi une situation de monopole peut-elle n'être que provisoire ?.....	3
10. En quoi une situation de monopole naturel peut-elle se justifier ? .....	3
11. Expliquez ce qu'est le « dilemme du prisonnier ». .....	3
12. Distinguez l'oligopole du cartel.....	4
13. Donnez les 4 grandes stratégies que peuvent adopter les entreprises pour faire face à la concurrence. Vous donnerez une définition, un exemple, le but et les conséquences.....	4
14. Quelles sont les différentes origines de la concurrence imparfaite ? .....	4
15. Quel degré de concurrence avons-nous oublié jusqu'ici ? .....	4
16. Quelles sont les conséquences de la concurrence imparfaite sur les consommateurs ? 4 éléments de réponse sont attendus.....	4
17. Y-a-t-il des inconvénients de la concurrence imparfaite pour les producteurs ?.....	5
18. Quel est le rôle des pouvoirs publics face aux marchés en concurrence imparfaite ?.....	5
19. Peut-on dire que le marché automobile est un marché en concurrence parfaite ? Pourquoi ? .....	5
20. Compléter le texte avec les notions suivantes : <i>supérieur, prix, structures de marché, Concurrence pure et parfaite (CPP), pouvoir de marché, prix d'équilibre (PE), influencer, concurrence monopolistique.</i> .....	5
Dans la pratique, les marchés présentent une organisation assez éloignée du « modèle » de la _____. À côté de cette dernière, on distingue généralement 3 types de _____ pour décrire les marchés réels : le monopole, l'oligopole et la _____.	5
Le point commun de toutes ces structures et que les offreurs disposent d'une marge de manœuvre dans la fixation de leur prix. On dit qu'ils disposent d'un _____. Cela va à l'encontre du modèle de marché concurrentiel, dans lequel les offreurs sont contraints de vendre au _____ (on dit qu'ils sont preneurs de prix).	5
Un monopole désigne la situation d'un marché où toute l'offre émane d'un unique producteur. Le prix y est en général _____ au prix d'équilibre.	5
Un oligopole est un marché où intervient un petit nombre d'offeurs qui peuvent aussi _____ les prix du marché.	5
La concurrence monopolistique enfin concerne les marchés où se rencontrent de nombreux offreurs, mais dont les produits sont suffisamment différents aux yeux des consommateurs pour leur permettre malgré tout d'avoir une certaine marge de manœuvre dans la fixation de leurs _____.	5

## 20 questions pour réviser les marchés imparfaitement concurrentiels

### 1. Qu'est-ce qu'un pouvoir de marché ?

Capacité à influencer les prix grâce à sa position dominante sur le marché

### 2. Comment appelle-t-on un agent économique capable d'influencer les prix ?

Il a un pouvoir de marché donc est **faiseur de prix**

### 3. Qu'appelle-t-on la « Politique de la concurrence » ?

Ensemble d'institutions visant à restaurer la concurrence sur le marché afin d'augmenter le surplus du consommateur

### 4. Distinguez les différents degrés de concurrence.

- **Monopole** : Situation sur un marché où un offreur fait face à une multitude de demandeurs.
- **Duopole** : situation sur un marché où 2 offreurs font face à une multitude de demandeurs
- **Oligopole** : Situation sur un marché où quelques offreurs font face à une multitude de demandeurs

### 5. Quelles sont les barrières à l'entrée dans un marché en situation de monopole ?

**Barrières à l'entrée** = Éléments qui empêchent l'entrée de concurrents sur un marché. On distingue 2 principaux types de barrières à l'entrée :

- **Les barrières structurelles** : principalement liées aux caractéristiques du marché. Certains investissements ou coûts fixes sont tellement importants pour entrer sur le marché qu'ils dissuadent l'entrée de nouveaux concurrents. Les économies d'échelle réalisées par les entreprises déjà présentes rendent impossible la rentabilité d'une introduction sur un marché de ce type. C'est par exemple le cas des industries de réseaux (électricité, télécommunications...). La réglementation, en édictant des normes (sanitaires, environnementales...) peut aussi jouer le rôle de barrière structurelle.
- **Les barrières stratégiques** : correspondent aux stratégies délibérément mises en place par les entreprises déjà présentes sur le marché. Leur objectif est de dissuader la concurrence d'entrer sur le marché. Parmi les barrières stratégiques mises en place par les entreprises, on peut citer la stratégie de prix prédateur (prix tellement faible qu'aucune autre entreprise concurrente ne pourrait être rentable), les dépôts de brevets et l'innovation, voire des ententes qui correspondent à des ententes entre entreprises déjà présentes sur le marché (même si ce procédé est interdit en Union européenne).

### 6. Qu'est-ce qu'une entente ?

Accord entre entreprises dont l'objectif est de porter atteinte à la concurrence. Ce type d'entente peut prendre différentes formes, comme l'échange d'informations, la fixation de prix communs, la répartition des marchés, etc

### 7. Qu'est-ce que « l'abus de position dominante » ?

Comportement d'une entreprise qui utilise son pouvoir de marché pour imposer aux consommateurs des tarifications excessives, une limitation de leur choix de consommation, ou empêcher le développement de concurrents.

## 20 questions pour réviser les marchés imparfaitement concurrentiels

8. Distinguez les 4 types de monopole. Donnez un exemple de chaque.

- **Le monopole de ressource.** Un monopole qui contrôle exclusivement une ressource rare empêche d'autres firmes d'entrer sur le marché.  
→ Exemple de l'exploitation de minerais rares comme le diamant.
- **Le monopole naturel.** Une entreprise peut être en situation de monopole naturel si elle peut fournir un bien ou un service à un coût inférieur à celui auquel les autres entreprises pourraient fournir ce bien  
→ Exemple de la distribution de l'eau, de SNCF ou de la Poste/Correos
- **Le monopole institutionnel.** En 2005, l'entreprise Nestlé introduit la machine à café Nespresso, fonctionnant avec des dosettes. Cette innovation est protégée à elle seule par plus de 1700 brevets. Pendant 5 ans environ, seules les dosettes commercialisées Nespresso étaient compatibles avec la machine, avant que d'autres firmes ne parviennent à commercialiser sous une autre marque des dosettes compatibles en trouvant une faille dans le système de brevets. Les monopoles légaux les plus importants sont aujourd'hui créés par des brevets [...].
- **Le monopole technologique.** Une firme qui maintient une avance technologique sur ses concurrents potentiels peut se retrouver en situation de monopole. Mais la supériorité technologique est une barrière à l'entrée à court terme : avec le temps les concurrents investissent pour améliorer leur technologie et rattraper celle du leader.

9. Pourquoi une situation de monopole peut-elle n'être que provisoire ?

Elle ne peut être que provisoire sauf pour le monopole naturel !

- Pour le monopole de ressource : il semble impossible, à termes, de contrôler la totalité d'une ressource sur la totalité du globe
- Pour le monopole institutionnel : un brevet protège une innovation un temps donné. Après le délai dépassé, l'innovation peut être reprise par les concurrents.
- Pour le monopole technologique : l'innovation exacerbe la concurrence entre entreprises et chacune a intérêt à continuer d'investir pour trouver une nouvelle idée qui attirera plus de consommateurs que son concurrent.

10. En quoi une situation de monopole naturel peut-elle se justifier ?

Exemple de la distribution de l'eau : les coûts fixes liés à l'installation de canalisations sont si élevés qu'il est **préférable** qu'une entreprise ait un monopole car elle sera en capacité d'assumer des coûts élevés. Imaginons qu'elle ait été en concurrence avec d'autres entreprises : aurait-elle pu capter 100% de la demande ? Non... donc elle aurait fait moins de profits et ne pourrait pas assumer de tels coûts fixes. La seule possibilité aurait été d'augmenter le prix de l'eau. Tu accepterais de payer 5€ pour chaque douche ? J'imagine que non ! Donc c'est **préférable** d'avoir un monopole...

11. Expliquez ce qu'est le « dilemme du prisonnier ».

= modèle théorique se penchant sur les stratégies des agents économiques. Il montre notamment l'intérêt d'une entente entre entreprises en oligopole.

Exemple : 2 criminels complices sont arrêtés et interrogés séparément. Celui qui reconnaît sa culpabilité et celle de son complice se voit accorder une remise de peine, alors que celui qui se tait est lourdement condamné si son complice le dénonce. Si personne n'avoue, les deux criminels subissent une peine légère. D'un point de vue collectif, la situation la plus avantageuse est celle où aucun des deux reconnaît sa culpabilité, mais au niveau individuel, chacun a intérêt à dénoncer l'autre.

## 20 questions pour réviser les marchés imparfaitement concurrentiels

### 12. Distinguez l'oligopole du cartel.

- Oligopole : désigne un marché sur lequel il n'y a qu'un faible nombre de producteurs
- Ces producteurs sont, a priori, en concurrence les uns avec les autres. Toutefois, ils peuvent parfois s'entendre pour limiter cette concurrence : on parle alors de « cartel ».

### 13. Donnez les 4 grandes stratégies que peuvent adopter les entreprises pour faire face à la concurrence. Vous donnerez une définition, un exemple, le but et les conséquences

- **Guerre des prix :**
  - o Définition : réductions mutuelles des prix
  - o Exemple : hypermarchés/supermarchés/sites internet
  - o But : attirer le plus possible de clients et être le moins cher
  - o Conséquence : rentabilité plus faible pour les offreurs.
- **Différenciation des produits :**
  - o Définition : différencier les produits d'une entreprise pour se distinguer de ses concurrents
  - o Exemple : faire croire que le produit est unique et avoir plus de profits
  - o But : Apple avec l'iPhone, les tablettes...
  - o Conséquence : dépenses de milliards d'euros en R&D et en publicité
- **Fusion/acquisitions :**
  - o Définition : groupements d'entreprises
  - o Exemple : Nokia rachète Alcatel-Lucent
  - o But : gagner des parts de marché et réaliser des économies d'échelles
  - o Conséquence : licenciements
- **Cartel/Entente :**
  - o Définition : désigne les accords souvent illégaux passés par plusieurs entreprises
  - o Exemple : cartel des vitamines
  - o But : pratiquer le même prix de vente sur le marché ou se partager les parts de marché
  - o Conséquence : empêche l'émergence de nouveaux concurrents

### 14. Quelles sont les différentes origines de la concurrence imparfaite ?

- Une décision administrative
- L'innovation
- L'existence de coûts fixes élevés
- Des stratégies d'entreprises comme l'entente ou la fusion/acquisition

### 15. Quel degré de concurrence avons-nous oublié jusqu'ici ?

La concurrence monopolistique ! L'exemple de 30 boulangeries qui différencient leurs produits par leur qualité

### 16. Quelles sont les conséquences de la concurrence imparfaite sur les consommateurs ? 4 éléments de réponse sont attendus

- Prix plus élevés qu'en concurrence
- Quantités offertes plus faibles
- Diminution du surplus
- Manque de diversité des produits

## 20 questions pour réviser les marchés imparfaitement concurrentiels

17. Y-a-t-il des inconvénients de la concurrence imparfaite pour les producteurs ?

Oui. Les barrières à l'entrée : difficulté de concurrencer les entreprises déjà présentes

18. Quel est le rôle des pouvoirs publics face aux marchés en concurrence imparfaite ?

- En France : politiques de concurrence mises en place par l'Autorité de la concurrence
- En Europe : par la Commission Européenne

19. Peut-on dire que le marché automobile est un marché en concurrence parfaite ? Pourquoi ?

Car l'atomicité ni l'homogénéité des produits sont respectées.

20. Compléter le texte avec les notions suivantes : *supérieur, prix, structures de marché, Concurrence pure et parfaite (CPP), pouvoir de marché, prix d'équilibre (PE), influencer, concurrence monopolistique.*

Dans la pratique, les marchés présentent une organisation assez éloignée du « modèle » de la \_\_\_\_\_. À côté de cette dernière, on distingue généralement 3 types de \_\_\_\_\_ pour décrire les marchés réels : le monopole, l'oligopole et la \_\_\_\_\_.

Le point commun de toutes ces structures et que les offreurs disposent d'une marge de manœuvre dans la fixation de leur prix. On dit qu'ils disposent d'un \_\_\_\_\_. Cela va à l'encontre du modèle de marché concurrentiel, dans lequel les offreurs sont contraints de vendre au \_\_\_\_\_ (on dit qu'ils sont preneurs de prix).

Un monopole désigne la situation d'un marché où toute l'offre émane d'un unique producteur. Le prix y est en général \_\_\_\_\_ au prix d'équilibre.

Un oligopole est un marché où intervient un petit nombre d'offeurs qui peuvent aussi \_\_\_\_\_ les prix du marché.

La concurrence monopolistique enfin concerne les marchés où se rencontrent de nombreux offreurs, mais dont les produits sont suffisamment différents aux yeux des consommateurs pour leur permettre malgré tout d'avoir une certaine marge de manœuvre dans la fixation de leurs \_\_\_\_\_.

**Bilan :** Quels critères distinguent les différentes structures de marché ? Remplissez les 4 cases du schéma avec les notions suivantes : *oligopole, monopole, concurrence monopolistique, concurrence parfaite.*

		Les produits sont-ils différenciés ?	
		NON	OUI
<b>Combien y a-t-il de producteurs ?</b>	Un		
	Un petit nombre		
	Un grand nombre		