

Chapitre 3 : Comment un marché (imparfaitement) concurrentiel fonctionne-t-il ?

Programme

- Savoir que le marché est une institution et savoir distinguer les marchés selon leur degré de concurrence (de la concurrence parfaite au monopole).
- Savoir interpréter des courbes d'offre et de demande ainsi que leurs pentes, et comprendre comment leur confrontation détermine l'équilibre sur un marché de type concurrentiel où les agents sont preneurs de prix.
- Savoir illustrer et interpréter les déplacements des courbes et sur les courbes, par différents exemples chiffrés, notamment celui de la mise en œuvre d'une taxe forfaitaire.
- Savoir déduire la courbe d'offre de la maximisation du profit par le producteur et comprendre qu'en situation de coût marginal croissant, le producteur produit la quantité qui permet d'égaliser le coût marginal et le prix; savoir l'illustrer par des exemples.
- Comprendre les notions de surplus du producteur et du consommateur.
- Comprendre la notion de gains à l'échange et savoir que la somme des surplus est maximisée à l'équilibre.
- Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (nombre limité d'offres, ententes et barrières à l'entrée).
- Comprendre que le monopole est faiseur de prix et être capable de donner des exemples de monopoles (monopole naturel, institutionnel et d'innovation).
- Comprendre, à l'aide de représentations graphiques et/ou d'un exemple chiffré, que l'équilibre du monopole n'est pas efficace.
- Comprendre ce qu'est un oligopole et, à l'aide du dilemme du prisonnier, pourquoi les firmes en oligopole ont intérêt à former des ententes.
- Comprendre que la politique de la concurrence, en régulant les fusions-acquisitions et en luttant contre les ententes illicites et les abus de position dominante, augmente le surplus du consommateur.

Plan

- 1) A la découverte du modèle du marché stylisé (le marché du sapin de Noël)
- 2) Le marché comme institution et comme modèle de concurrence parfaite
- 3) Les marchés imparfaits : pouvoir de marché, monopole et oligopole
- 4) La politique de la concurrence

Découvrir par la vidéo (5'03)

Le marché des fleurs, d'Hyères à Rungis :

https://www.francetvinfo.fr/decouverte/d-hyeres-a-rungis-les-fleurs-se-vendent-aux-encheres_870485.html

- 1) Du producteur au consommateur, quelles sont les principales étapes du commerce des fleurs ?
- 2) Comment se fixe les prix des différents lots de fleurs à Hyères ?
- 3) L'organisation des échanges est-elle la même sur les trois marchés de fleurs identifiés ?

Lexique du chapitre

Marché : Ensemble des transactions d'achat (demande) et de vente (offre) sur un même produit, qui contribuent à déterminer son prix.

Institution : Ensemble de règles et d'organisations qui donnent un cadre aux

interactions individuelles et permettent qu'elles se coordonnent. Le marché est une institution car les achats et les ventes ne peuvent s'effectuer sans le respect de règles.

Concurrence parfaite : La concurrence est dite parfaite si aucun acteur sur le marché ne peut à lui tout seul influencer le prix du marché, qui s'impose donc à tous. C'est le cas notamment s'il y a un grand nombre d'offreurs et de demandeurs, sans barrières à l'entrée.

Preneur de prix : Situation d'un agent qui n'est pas en capacité d'influencer le prix de marché.

Courbe d'offre : Fonction décrivant la relation entre le prix d'un produit et la quantité de ce produit que les producteurs souhaitent et peuvent vendre à un prix donné.

Courbe de demande : Fonction décrivant la relation entre le prix d'un produit et la quantité de ce produit que les consommateurs souhaitent et peuvent acheter à un prix donné.

Coût marginal : Coût de production d'une unité supplémentaire.

Équilibre : Point d'intersection unique de la courbe d'offre et de la courbe de demande. Le prix qui s'y fixe égalise les quantités offertes et demandées.

Gain à l'échange : Avantage retiré de l'échange par un agent. Le surplus est une mesure du gain à l'échange.

Surplus du producteur : Gain à l'échange résultant d'un prix de vente supérieur au prix minimal que le producteur aurait été prêt à recevoir pour le produit (le coût marginal).

Surplus du consommateur : Gain à l'échange résultant d'un prix payé inférieur au prix maximal que le consommateur aurait été prêt à payer pour le produit.

Taxe forfaitaire : Impôt d'un montant fixe et non proportionnel.

Pouvoir de marché : Le pouvoir de marché d'une entreprise correspond à sa marge de

manœuvre en matière de détermination des prix de vente. Plus il est important, plus son prix de vente peut s'écarter du prix qui s'établirait en concurrence parfaite.

Barrières à l'entrée : Ensemble des obstacles qui vont rendre difficile, voire impossible l'arrivée de nouveaux offreurs et demandeurs sur le marché.

Entente : Accord entre des offreurs déjà présents sur le marché pour limiter la concurrence qui s'exerce entre eux (par exemple, en se mettant d'accord pour pratiquer des prix plus élevés).

Monopole : Structure de marché où il n'y a qu'un petit nombre d'offreurs.

Oligopole : Structure de marché où il n'y a qu'un petit nombre d'offreurs.

Dilemme du prisonnier : Exemple célèbre de la théorie des jeux caractérisant les situations où deux joueurs qui ne peuvent pas communiquer prennent des décisions rationnelles qui sont nuisibles à chacun d'entre eux.

Politique de la concurrence : Ensemble des mesures prises par les pouvoirs publics pour favoriser la concurrence et empêcher les pratiques anticoncurrentielles.

Abus de position dominante : Il s'agit d'une entreprise qui a acquis une position si forte sur le marché qu'elle peut se servir de cette position pour restreindre le jeu de la concurrence.

Fusions : Opérations financières visant à mettre en commun les patrimoines de deux entreprises pour former une nouvelle entité.

Acquisitions : Opérations financières visant au rachat d'une entreprise par une autre.

