

## COMMENT LES MARCHES IMPARFAITEMENT CONCURRENTIELS FONCTIONNENT-ILS ?

### 1. LA LOGIQUE DE POUVOIR DE MARCHÉ

#### 1.1 IL EXISTE PLUSIEURS SOURCES DE POUVOIR DE MARCHÉ

Le pouvoir de marché peut provenir (entre autres) de : barrières à l'entrée, ententes, cartel, défaut d'atomicité ou d'homogénéité.

#### 1.2 LE MONOPOLE PEUT PRENDRE PLUSIEURS FORMES

Parmi les monopoles, 3 formes à connaître : monopole naturel, monopole institutionnel, monopole d'innovation.

#### 1.3 LE MONOPOLE EST FAISEUR DE PRIX

L'optimisation du profit pour le monopole passe par la détermination d'une quantité produite maximum, quand  $R_{\text{marg}} = C_{\text{marg}}$ . La représentation graphique montre l'effet sur le consommateur: rationnement et prix plus élevé.

### 2. LES STRATEGIES DES OLIGOPOLES

#### 2.1 LES OLIGOPOLES PEUVENT MENER PLUSIEURS STRATEGIES SELON LES SITUATIONS DE MARCHÉ

Les oligopoles sont une forme particulière de marché, où plusieurs situations peuvent se produire : guerre commerciale, concurrence monopolistique, stratégie leader-suiveur ou de niches, etc.

#### 2.2 LE DILEMME DU PRISONNIER JUSTIFIE LES STRATEGIES D'ENTENTE

Le dilemme du prisonnier montre que l'on préfère en général la situation la moins risquée s'il y a asymétrie d'information. Cependant les stratégies coopératives des oligopoles permettent de dépasser ce 1<sup>er</sup> dilemme : les ententes permettent d'accroître les profits.

### 3. LE RÔLE DE LA POLITIQUE DE LA CONCURRENCE

#### 3.1 LES POUVOIRS PUBLICS LUTTENT CONTRE LES ABUS DE POSITIONS DOMINANTES

Pour garantir le maintien d'une concurrence libre et non faussée en faveur des consommateurs, les pouvoirs publics encadrent et régulent les fusions et acquisitions, et luttent contre les abus de position dominante et les ententes illicites.

#### 3.2 LE SURPLUS DU CONSOMMATEUR AUGMENTE GRÂCE À L'INTERVENTION PUBLIQUE

L'intervention publique permet un gain de surplus du consommateur. On le repère en comparant la captation du surplus faite par les producteurs sur le consommateur, en situation de concurrence imparfaite, et la situation idéale de CPP.

### Programme :

- Savoir distinguer les marchés selon leur degré de concurrence (de la concurrence parfaite au monopole).
- Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (limité d'offreurs, 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, expliquer 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.