

Objectifs d'apprentissage

OA	La consigne	Les notions indispensables à maîtriser	Illustrations	A valoriser : les théories, le vocabulaire
Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (nombre limité d'offres, ententes et barrières à l'entrée).	expliquer	Pouvoir de marché : capacité de la firme d'influencer le prix du marché au-dessus du prix de concurrence : les firmes sont faiseuses de prix (Price maker)	Apple peut décider du prix de son iPhone sans tenir compte complètement de ses coûts de production	
		Les différentes sources de pouvoir de marché : - quand il y a très peu de vendeurs, un producteur peut augmenter son prix, car ses clients auront du mal à trouver une entreprise qui produit le même bien - ententes : le nombre limité de producteurs favorise la constitution d'un cartel : accord qui a pour objet de restreindre le jeu de la concurrence sur un marché - barrières à l'entrée : obstacles qui empêchent ou découragent l'entrée de nouvelles entreprises dans un secteur d'activité : • barrières légales : la loi empêche l'entrée de nouvelles entreprises • barrières structurelles ou économiques : découlent des caractéristiques fondamentales du secteur • barrières stratégiques ou de comportement : comportement des firmes en place pour empêcher un nouveau concurrent d'entrer sur le marché	Oligopole des navigateurs web Cartel du jambon Brevet Infrastructures coûteuses dans l'aéronautique iPhone ne peut être chargé qu'avec un chargeur Apple	Ententes sur les prix/les parts de marché Rôle de la technologie, des économies d'échelle et des effets de réseaux Prix prédateur/rôle de la technologie
Comprendre que le monopole est faiseur de prix et être capable de donner des exemples de monopoles (monopole naturel, institutionnel et d'innovation).	expliquer	monopole : structure de marché où l'offreur est seul face à une multitude d'acheteurs. C'est donc un price taker dont le pouvoir de marché est très fort.		
		Origines du monopole : - Le monopole institutionnel ou légal : la loi interdit l'entrée de nouveaux producteurs. - Le monopole naturel : dans certains secteurs d'activité, quand la production augmente, le coût moyen diminue. Le monopole produit alors toujours à un coût inférieur à l'entreprise concurrentielle. - Le monopole d'innovation : à la suite d'une innovation, l'entreprise se trouve momentanément seule sur le marché. Ce monopole est toujours temporaire	la Française des jeux a le monopole des jeux de loterie en France production d'eau potable cocotte minute Seb	

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.	expliquer	Un oligopole est une structure de marché où un petit nombre d'offres se retrouvent face à une multitude d'acheteurs.	Marché automobile	Cartel Modélisation du dilemme du prisonnier
		Le dilemme du prisonnier permet de montrer que la poursuite de l'intérêt individuel ne permet pas toujours d'atteindre l'optimum social. Les entreprises en oligopole ont le choix : soit entrer en concurrence en jouant sur les prix ou les quantités, soit en s'entendant. La recherche du profit maximum n'aboutit pas à la situation optimale collective : Comme les 2 entreprises décident de produire beaucoup, le prix diminue, ce réduit le profit. La meilleure solution pour les deux entreprises aurait été de produire peu. Pour cela, elles doivent s'entendre.	Remise en cause du cartel pour augmenter le profit	
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.	expliquer	Politique de la concurrence : ensemble de normes juridiques destinées à permettre une concurrence effective, équitable et profitable aux consommateurs et à toutes les entreprises.	Interdiction de la fusion Alstom-Siemens En Europe, les amendes peuvent atteindre au maximum 10% du chiffre d'affaires mondial des entreprises Politique de clémence dans le cartel du lait le montant maximum de la sanction est de 10 % du montant du chiffre d'affaires mondial hors taxes le plus élevé	Concentration/modalités des opérations de concentration Avantages de la politique de clémence Distinction abus de position dominante/position dominante Mesure de la position dominante
		Moyens de la politique de la concurrence -régulation des fusions-acquisitions : avant que la concentration est lieu, l'Autorité de la concurrence réalise le bilan concurrentiel de l'opération: elle est autorisée (gains d'efficacité) si les effets positifs sont supérieurs aux effets négatifs (création d'une position dominante). - lutte contre les ententes illicites : des amendes ; programme de clémence mis en place en 1996 : si une entreprise impliquée dans une entente se dénonce et qu'elle apporte des preuves de cette entente, elle bénéficie de l'immunité ou d'une réduction substantielle de l'amende finale. - lutte contre les abus de position dominante : l'abus de position dominante consiste à éliminer ou à dissuader tout nouveau concurrent d'entrer sur ce marché, faussant ainsi la concurrence. Des sanctions financières sont mises en place		