

## Chapitre 10 - Le degré de concurrence selon les marchés

### Notions :

- L'offre et la demande
- Concurrence, oligopole, monopole, cartel
- Concurrence imparfaite
- Barrières à l'entrée
- Produits substituables et complémentaires
- Indice de concentration d'un marché
- Le prix d'équilibre
- L'élasticité prix-demande et l'élasticité croisée

### 1. Le fonctionnement du marché

#### 1.1. L'organisation des échanges

##### ***Pourquoi échanger ?***

Dans nos sociétés modernes, une personne ne peut pas tout produire pour satisfaire ses besoins. L'échange va alors permettre à chacun de se procurer (grâce à son revenu) les biens et services dont il a besoin. L'échange est alors efficace en permettant de répartir, (diviser travail en fonction des spécialités de chacun) dans le but de satisfaire le plus grand nombre.

##### ***Où échanger ?***

Il se concrétise sur un marché. Le marché correspond à un lieu de rencontre entre l'offre et la demande qui permet de déterminer un prix satisfaisant les 2 partis.

Il existe différents types de marchés selon l'échange.

- Marché de biens et de services
- Marché des capitaux (financier)
- Marché du travail
- Marché de changes

## 1.2. Fonctionnement du marché.

### - Nécessité d'imposer des règles sur le marché

Elles garantissent les libertés dans les domaines des prix, de l'accès au marché et dans la lutte contre les abus de puissance économique. Et elles constituent donc un **cadre institutionnel qui améliore le fonctionnement des marchés.**

### - Une concurrence

L'efficacité de l'économie de marché s'explique, en particulier, par la concurrence, qui a pour effet de favoriser l'adaptation de l'offre à la demande.

### - Mesure de l'intensité concurrentielle

On mesure l'intensité concurrentielle grâce à l'Indice **IHH** (Herfindahl-Hirschmann) en faisant la somme des parts de marché au carré des différents offreurs sur le marché.

D'une manière générale, lorsque l'**IHH** est inférieur à 1 000, la concentration du marché est considérée comme faible, lorsqu'il est compris entre 1 000 et 1 800, elle est considérée comme moyenne et lorsqu'il est supérieur à 1 800, elle est considérée comme élevée

Exemple, sur un marché de 4 entreprises avec une part de marché respective de :

30 %, 40 %, 25 %, 5 %, l'IHH est de :

$40^2 + 30^2 + 25^2 + 5^2 = 3\ 150$  (marché très concentré).

Les mécanismes d'ajustement automatique d'un marché parfaitement concurrentiel supposent que soient réunies 5 conditions très strictes : on parle du modèle théorique de la **Concurrence Pure et Parfaite**.

<b>Modèle théorique : CPP</b>	<b>Réalité : Concurrence imparfaite</b>
<p><b>1 - L'atomicité des agents</b> qui implique l'existence d'un grand nombre d'offreurs et de demandeurs, tous de taille limitée par rapport à celle du marché.</p> <p><b>2 - La libre entrée des offreurs et des demandeurs</b> qui suppose l'absence de contraintes sur le marché qui les empêcherait d'y accéder. Cela exclut donc tout droit d'entrée et toute réglementation imposant des conditions préalables à l'exercice d'une activité.</p> <p><b>3 - L'homogénéité des produits ou services échangés sur un marché</b>, les produits échangés sont semblables, seul le prix est déterminant pour l'acheteur.</p>	<p><b>Non atomicité du marché :</b> La concentration des entreprises (Microsoft...) mène à des situations de monopoles et d'oligopoles.</p> <p><b>Barrières entrée et sortie du marché :</b> Les coûts d'entrée sur le marché (chemin de fer), les brevets, la fidélisation des clients, les économies d'échelles (effet taille, effet expérience) conduisent à des barrières sur le marché.</p> <p><b>Différenciation des produits :</b> Les marques, les publicités, la présentation des produits conduisent à des produits non similaires sur le marché.</p>

<p><b>4 - L'information est parfaite sur le marché (transparence du marché),</b> c'est à dire que tous les offreurs et tous les demandeurs connaissent en même temps, instantanément et sans coûts, toutes les informations utiles concernant les échanges sur le marché.</p> <p><b>5 - La mobilité des facteurs est parfaite,</b> c'est à dire qu'il n'existe aucun obstacle au déplacement des biens, des travailleurs et des capitaux.</p>	<p><b>Informations imparfaites :</b> Toutes les informations ne sont pas disponibles sur le marché.</p> <p><b>Mobilité imparfaite :</b> Il existe des obstacles à cette mobilité. Le plus important est celui du facteur travail (les travailleurs). Une mobilité géographique et professionnelle est possible, mais difficilement applicable pour l'ensemble de la population active.</p>
---	--

## 2. Le prix et les décisions des agents économiques

### 2.1. La détermination du prix

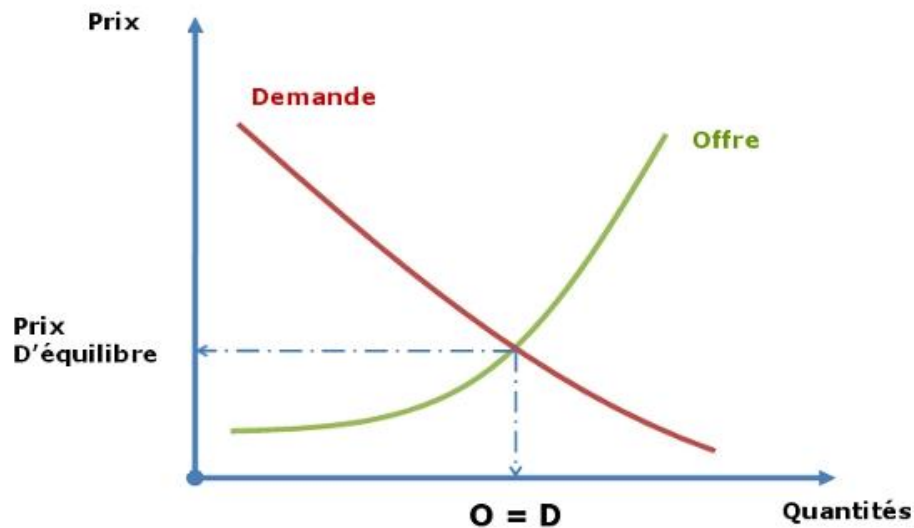
#### Définitions :

- **L'offre (les entreprises)** désigne l'ensemble des productions proposées à la vente pour un certain prix. Objectif : maximiser les profits.
- **La demande (les consommateurs)** désigne la quantité de produits que les acheteurs sont prêts à se procurer pour un certain prix. Objectif : acquérir les produits aux prix les plus favorables possibles, compte tenu de la contrainte constituée par le montant de leurs ressources.
- **Prix :** expression de la valeur des biens et services dans l'échange. Il est déterminé lors de la rencontre Offre/Demande.

#### **Au final l'équation est la suivante :**

- La demande a une fonction décroissante du prix : une hausse des prix entraîne une baisse de la demande.
- L'offre a une fonction croissante du prix : une hausse des prix entraîne une hausse de l'offre.

Il est alors possible de représenter ces 2 courbes sur un graphique (prix en ordonnée et quantité en abscisse)



Le prix se fixe donc afin d'équilibrer l'offre et la demande des agents économiques pour un bien ou un service donné. Ce prix correspond aux intentions de ventes et d'achats maximales.

### 3. Le degré de concurrence sur le marché

- **Concurrence** : La concurrence est une situation de marché où plusieurs entreprises offrent des produits ou services similaires. Elle peut être parfaite (de nombreux vendeurs et acheteurs, produits homogènes, information parfaite) ou imparfaite (moins de vendeurs, produits différenciés, information imparfaite).
- **Oligopole** : Un oligopole est une forme de marché où un petit nombre de grandes entreprises dominant l'offre d'un produit ou d'un service. Ces entreprises peuvent influencer les prix et la production en raison de leur pouvoir de marché.
- **Monopole** : Un monopole est une situation de marché où une seule entreprise contrôle l'offre d'un produit ou d'un service. Cette entreprise a un pouvoir de marché considérable et peut fixer les prix sans craindre la concurrence. Les monopoles peuvent être naturels (dus à des économies d'échelle) ou légaux (dus à des brevets ou des licences exclusives).
- **Cartel** : Un cartel est un accord formel entre plusieurs entreprises pour coordonner leurs actions afin de réduire la concurrence et d'augmenter leurs profits. Les cartels peuvent se mettre d'accord sur les prix, la production, la répartition des marchés ou d'autres aspects de la concurrence. Les cartels sont généralement illégaux dans de nombreux pays en raison de leurs effets négatifs sur les consommateurs et l'économie.

### 4. L'élasticité simple et l'élasticité croisée

Élasticité simple :

**L'élasticité prix directe** mesure la variation relative de la consommation d'un bien à la suite d'une augmentation.

Si le prix d'un bien augmente de 1%, quelle sera la variation (en pourcentage) de la consommation de ce bien ?

$$e = \frac{\frac{\Delta Q}{Q}}{\frac{\Delta P}{P}} = \frac{\Delta Q}{\Delta P} \times \frac{P}{Q}.$$

Exemple : une entreprise décide d'augmenter le prix d'un bien faisant passer le prix de 3 euros à 3,5 euros. On constate que le nombre de ventes du produit passe de 200 à 150 par mois.

**L'élasticité prix du bien est donc** :  $(150-200) / 200 / (3,5-3) / 3 = -1,5$ .

Typologie :

- un **bien ordinaire** est un bien dont la consommation diminue lorsque son prix augmente. L'élasticité prix directe d'un bien ordinaire est **négative**. La majorité des biens de consommation courante ont cette propriété,
- un **bien Giffen** est un type de bien de première nécessité dont la consommation augmente lorsque son prix augmente. L'élasticité prix directe d'un bien Giffen est **positive**,
- un bien de **Veblen** est un type de bien de luxe : lorsqu'il n'est «pas assez cher» sa demande est faible (soit, car la qualité perçue est inférieure, soit parce qu'il n'est plus un symbole de statut). Lorsque son prix augmente, sa demande augmente aussi et on parle alors d'effet Veblen ou d'effet de démonstration.

Élasticité prix croisé :

**L'élasticité prix croisée** mesure la variation relative de la consommation d'un bien à la suite d'une augmentation relative du prix d'un autre bien.

Si le prix de l'essence augmente de 1%, quelle sera la variation (en pourcentage) de la consommation de gasoil ?

$$\text{Élasticité croisée : } \eta_x = \frac{\frac{\Delta Q_A}{Q_{A,moy}}}{\frac{\Delta P_B}{P_{B,moy}}}$$

Exemple : une entreprise décide d'augmenter le prix des lames de rasoir faisant passer le prix de 3 euros à 3,5 euros. On constate que le nombre de ventes de rasoirs passe de 200 à 150 par mois.

**L'élasticité prix croisée est donc** :  $(150-200) / 200 / (3,5-3) / 3 = -1,5$ .

Typologie :

- **une élasticité croisée positive** : l'augmentation du prix d'un bien entraîne l'augmentation de la demande d'un autre bien. Les deux biens sont **substituables**,
- **une élasticité croisée négative** : l'augmentation du prix d'un bien entraîne la diminution de la demande d'un autre bien. Les deux biens sont alors dits **complémentaires**,
- une élasticité croisée nulle : les deux biens sont indépendants.