

Economie
et méthodologie de la recherche
12UEC22-A

LA CONCURRENCE IMPARFAITE

INTRODUCTION

Concurrence imparfaite et structure de marché

La concurrence est rarement « parfaite ». Elle est même le plus souvent restreinte. Les économistes regroupent les marchés à concurrence imparfaite en trois grandes catégories:

1. Le monopole

» *Une seule entreprise approvisionne l'ensemble du marché.*

2. L'oligopole

» *Ici, plusieurs entreprises approvisionnent le marché.*

3. La concurrence monopolistiques

» *Ici, le nombre des entreprises est supérieur à celui de l'oligopole, tout en restant insuffisant pour parvenir à la concurrence parfaite*

Microsoft possédait un [quasi-] **monopole** sur le marché des systèmes d'exploitation.

» *Selon la Commission européenne, Microsoft a abusé de sa position dominante en refusant à ses concurrents l'accès aux informations précises leur permettant de concevoir des logiciels compatibles avec Windows.*

Un autre exemple est Tesla, seule entreprise automobile au monde qui, à ce jour, a mis en vente une voiture sportive électrique.

Un monopole existe, à un moment donné, parcequ'il existe des barrière à l'entrée sur son marché.

L'industrie automobile aux Etats Unis est un exemple d'**oligopole**, avec 3 grand producteurs:

1.General Motors, GM

2.Ford

3.Fiat Chrysler Automobiles, FCA US

La principale caractéristique des oligopoles est qu'en raison du nombre limité des entreprises, chacune doit tenir compte de la réaction de ses rivaux avant d'agir. Si par exemple, GM propose un crédit à faible taux d'intérêt, il est possible que les autres s'alignent également sur cette offre. GM devra donc tenir compte de ce phénomène avant de lancer son offre.

Le marché des ordinateurs portables est un exemple de **concurrence monopolistique**:

IBM, Apple, acer, hp, Gateway, Sony, Dell et d'autres produisent leur propre modèles.

Il sont chacun à la fois légèrement différents des autres, mais suffisamment semblables pour donner lieu à une concurrence.

Les ordinateurs sont suffisamment différents pour que les entreprises ne ne soient donc pas des « price takers » (preneurs de prix)

1. Le monopole

Le monopole: définition

Une entreprise en situation de monopole est une entreprise qui est seule sur son marché.

Les origines des monopoles sont diverses et sont principalement d'ordre technologique:

1. Rendements d'échelle croissants (économies d'échelle)

- » *Ex: il serait totalement inefficace de charger 2 entreprises d'installer des lignes électriques dans chaque rue d'une ville*
- » *Dans la plupart des régions il n'existe qu'une fabrique de béton*
- » *Ces situations sont appelées des monopoles naturels.*

Le monopole naturel: les coûts moyens de production par une entreprise unique sur le marché baissent de façon continue.

Lorsque les coûts moyens de production baissent avec l'augmentation de production, on parle d'économie d'échelle

2. Les Brevets (produits pharmaceutiques)

- » *Un brevet confère à l'inventeur le droit exclusif d'utiliser ou de concéder une licence pour exploiter ses découvertes sur une durée limitée*
- » *L'argument en faveur des brevets est que, sans eux, on verrait naître des entreprises de contrefaçon à chaque nouvelle invention. Les inventeurs retireraient donc peu d'argent de leurs découvertes et ils auraient peu d'incitations à inventer.*

3. Monopole légal / d'état

- » *un secteur d'activité dans lequel seul l'État peut proposer le bien ou un service*
- » *Les monopoles d'État les plus connus sont les services de santé, la sécurité sociale, la loterie nationale....*

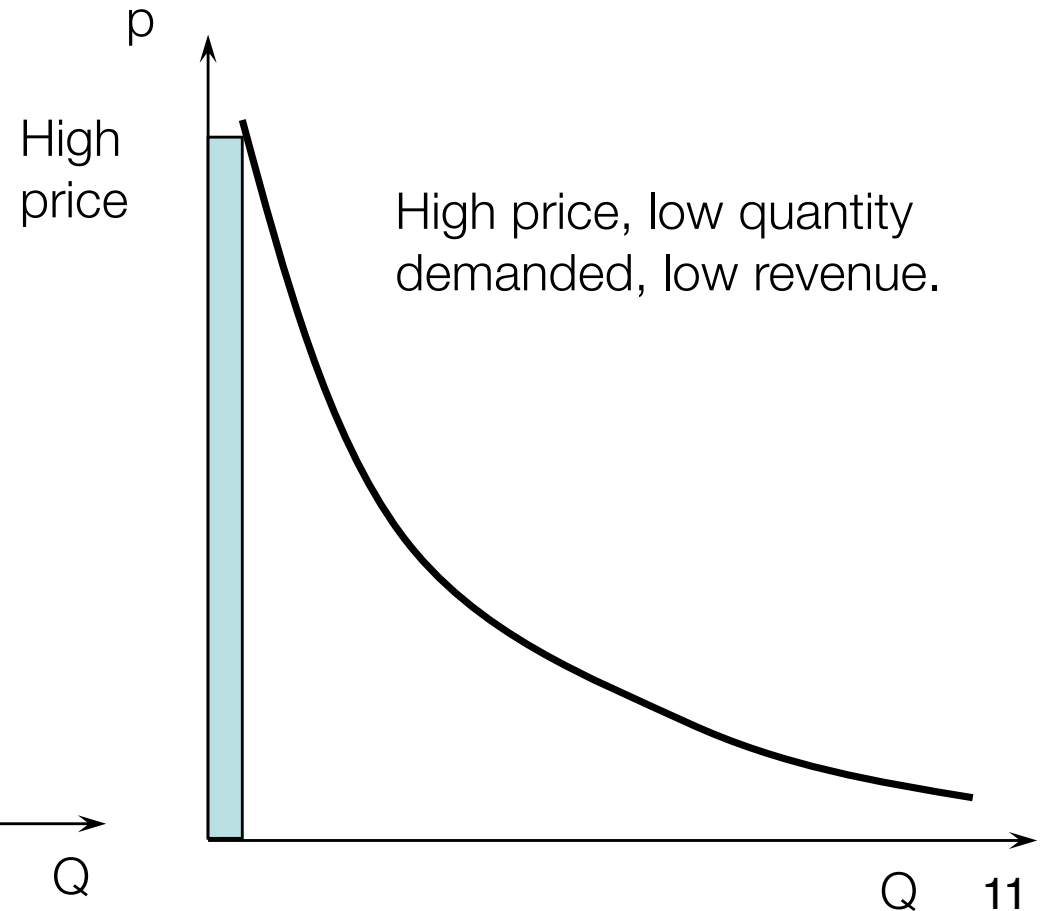
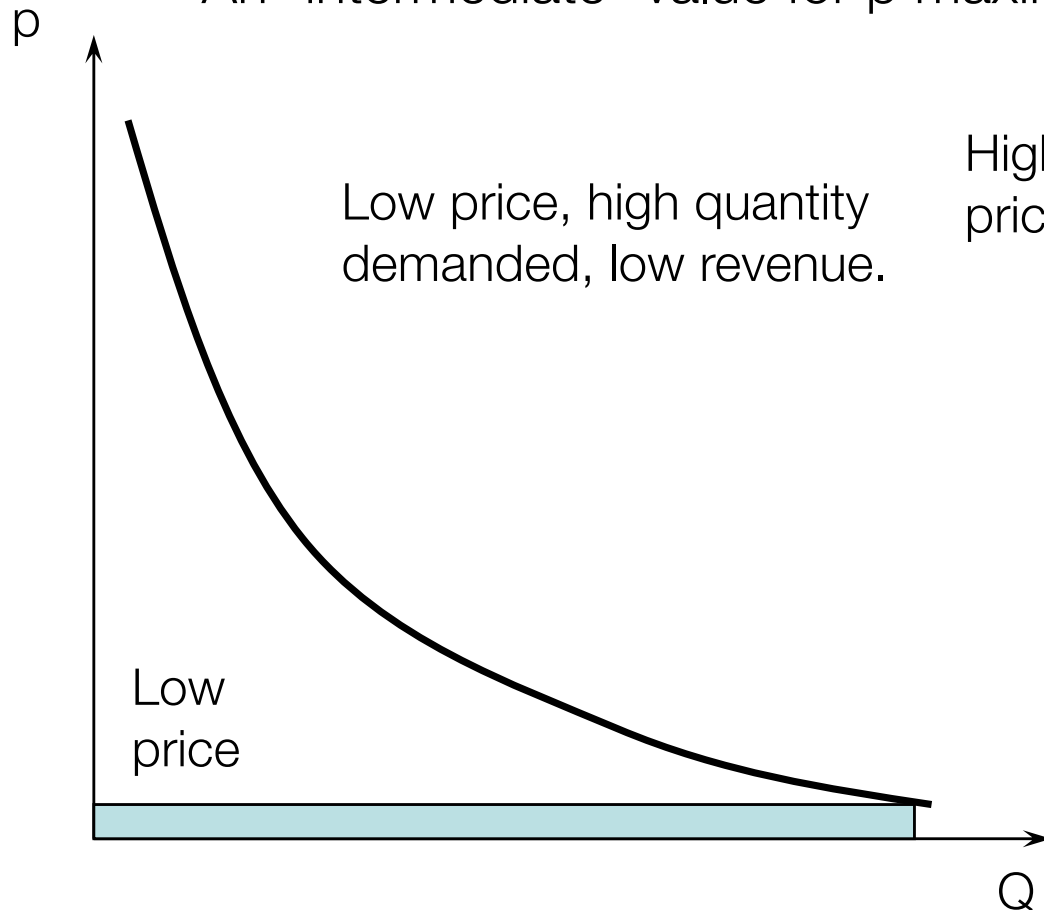
Le monopole : l'absence de concurrence

Le monopoleur:

- est le seul producteur du bien de l'industrie et le seul offreur potentiel.
- est protégé par une forme quelconque de barrière à l'entrée, (*il n'y a pas de substitut direct à sa production*).
- est confronté à la demande de son marché.
- Sa recette marginale est décroissante, à la différence de la concurrence parfaite.

Monopoleur

- When the monopolist sets a rental price p he will then produce and sell $Q=D(p)$
- Revenue = $pD(p)$.
- Revenue is low if $p \approx 0$
- Revenue is low if p is so high that $D(p) \approx 0$.
- An “intermediate” value for p maximizes revenue.

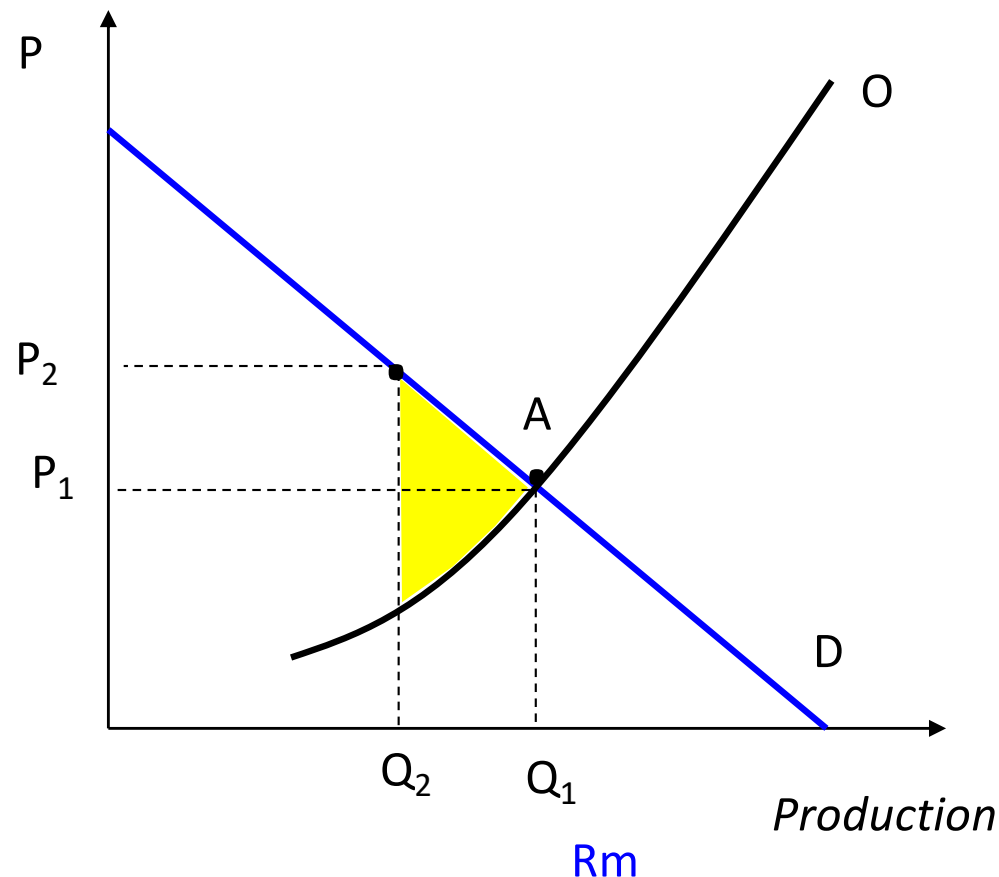


Une entreprise est en situation de monopole lorsque :

1. Elle est seule à vendre son produit ou son service sur le marché
2. Son produit ou service n'a pas de substituts directs => le monopole peut exercer son contrôle sur le prix du bien : il est « price maker »

L'inefficacité sociale du monopoleur par rapport à la concurrence parfaite

Supposons une industrie concurrentielle rachetée par un monopoleur:



L'équilibre concurrentiel est en A, production Q_1 et prix P_1 .

Le triangle indique la perte de « bien-être » due au monopole, *en comparaison avec la concurrence parfaite.*

Le monopoleur maximise ses profits quand $R_m = C_m$ en P_2Q_2 .

A l'équilibre

Le monopoleur :

1. pratique un prix supérieur au prix de concurrence ($P > C_m$) et vend une quantité inférieure;
2. N'alloue pas les moyens de façon efficace ($P > C_m$) \Rightarrow il pourrait davantage rémunérer ou utiliser de facteurs de production
3. fait un 'sur-profit' : après avoir rémunéré tous les facteurs de production, il lui reste encore du profit

Contrôler le monopole

En conclusion, par rapport à la concurrence parfaite, le monopoleur tend à fixer :

- un prix plus élevé
- une production plus basse

Pourquoi ne pas imposer au monopoleur de se comporter comme en concurrence parfaite ?

- Difficulté de contrôler, asymétrie d'information.
- Cela implique parfois des pertes (exemple : en cas d'investissements lourds).

Les bons côtés du monopole

En cas de rendements d'échelle croissants, mieux vaut une grande firme que beaucoup de petites.

Brevets peuvent stimuler des investissements utiles.

Monopole d'état, comme alternative à la prohibition.

2. L'oligopole

Entre les extrêmes de la concurrence parfaite et du monopole : la concurrence imparfaite au sens strict.

Une firme en concurrence imparfaite:

- souhaite vendre toujours plus, pour autant que la demande le permette parce que son prix excède son coût marginal. Elle fera donc plus de profits...
- fait face à une fonction de demande à pente négative : son produit est “différencié” par sa qualité, sa localisation...
- a conscience que la quantité qu’elle peut vendre dépend de son prix !

Les types de concurrence imparfaite

L'oligopole (partie 2)

- une industrie avec un petit nombre d'entreprises "qui s'observent..." et produisent la même chose.
- Chacune d'elles réalisant que son prix va dépendre tant de ses propres décisions que de celles de ses rivales.

La concurrence monopolistique (partie 3)

- nombreux producteurs et vendeurs de produits faiblement différenciés (localisation, temps...).
- chaque vendeur a la capacité de jouer sur ses prix.

L'oligopole: Définition

Un marché avec un petit nombre de producteurs, avec un produit identique.

Chaque firme doit considérer comment ses propres décisions affecteront celles de ses concurrents : *interaction stratégique*.

L'oligopole pourra donc se caractériser soit par la *collusion* (coopération) soit par la *non-coopération*.

Accords anticoncurrentiels

Une entreprise peut fausser la concurrence en **coopérant** avec ses concurrents en vue de fixer les prix ou de se partager le marché, de façon à ce que chacun puisse exercer un monopole sur sa part du marché. Ces accords anticoncurrentiels peuvent être **connus** ou **secrets** (comme les **cartels**, appelés aussi «**ententes**»). Parfois écrits (sous la forme d'un «accord entre entreprises», ou dans le cadre des décisions ou règles fixées par des associations professionnelles), ils peuvent aussi relever d'arrangements moins formels.

Source: Commission européenne

Exemple de cartel formalisé (institutionnalisé):

➡ *OPEP*

Pourquoi les cartels sont-ils si nuisibles à l'économie et comment les décèle-t-on?

En participant à un cartel qui contrôle les prix ou répartit les marchés, les entreprises se protègent des pressions concurrentielles qui les contraignent à élaborer des produits innovants, à améliorer la qualité et à modérer les prix. Au final, les consommateurs payent plus cher pour une qualité moindre.

Les cartels (ou «ententes») sont interdits par la législation européenne. La Commission inflige de lourdes amendes aux entreprises qui contournent cette interdiction. Comme ils sont illégaux, les cartels ont généralement un caractère très secret et leur existence est difficile à prouver.

La politique dite de «clémence» menée par la Commission encourage les entreprises à lui communiquer des preuves internes de l'existence d'un cartel. La première entreprise membre d'un cartel qui entreprend cette démarche est exemptée d'amende. Cette stratégie s'est révélée très efficace pour démanteler les cartels.

Source: Commission européenne

La stratégie des firmes: le cas d'un duopole

Lorsque les entreprises en situation d'oligopole optent pour des accords dans l'espoir de maximiser leurs profits.

Elles agissent collectivement comme un monopole et se partagent les profits qui en résultent

Exemple:

L'OPEP agit de manière collusive pour limiter la production et augmenter les prix, et donc pour accroître les profits des pays membres.

Le cartel comme dilemme du prisonnier

Considérons deux firmes (duopole) ayant chacune le choix de produire beaucoup ou peu, les profits de chacune dépendant des décisions de l'une et de l'autre :

Matrice des profits

		Production, firme B	
		Forte	Faible
Production; firme A	Forte	0,5 0,5	1,3 0,4
	Faible	0,4 1,3	1 1

Donc la **solution optimale** pour un groupe de firmes oligopolistiques (ou pays) est de se mettre d'accord sur une politique de quotas de production qui répartit la production optimale globale (celle qu'un monopoleur aurait choisie) entre eux. Ce qui correspond à la stratégie (basse, basse).

Mais quelle est la **stratégie dominante** pour chacune des firmes ?

La stratégie dominante en collusion

La stratégie dominante (non-coopération) pour chaque firme est de produire beaucoup. Dans ce cas elles font chacune un profit égale à 0,5 milliards de dollars.

Mais l'une comme l'autre auraient avantage à produire peu...

... pour autant que chacune aie confiance et soit sûre que l'autre firme fasse de même.

Le cartel (coopération) apporte un avantage à chacune. Mais il y a toujours une incitation à tricher, à ne pas respecter l'accord de coopération.

N.B: Le cartel (ou encore la collusion) a donc toujours tendance à être instable parce qu'un membre a toujours l'incitation à tricher ! Si une firme produit beaucoup alors que les autres produisent peu, elle fera un profit plus élevé.

Conclusion

Le réalisme impose de modifier les hypothèses de la concurrence parfaite.

Le monopole a un coût social : prix plus élevé, moindre production.

L'oligopole émerge lorsqu'il y a sur un marché, un nombre très faible de firmes. De plus, ils peuvent se mettre ensemble pour contrôler le marché comme un monopole.

Le cartel (ou la collusion) est instable à cause du dilemme du prisonnier.

3. La concurrence monopolistique

La concurrence monopolistique

Caractéristiques:

- plusieurs firmes
- pas de barrières à l'entrée
- différenciation de produits
ce qui implique que la firme fait face à une fonction de demande à pente négative (contrainte de débouchés).
- L'absence de barrières à l'entrée implique que la concurrence élimine progressivement les profits...

Remise en cause de l'hypothèse d'homogénéité

=> La concurrence monopolistique est une structure de marché très fréquente, qui se caractérise par un grand nombre d'entreprises vendant des **produits différenciés**.

La concurrence monopolistique présente certaines caractéristiques :

1. du modèle concurrentiel : les entreprises sont nombreuses => elles possèdent une influence négligeable les unes sur les autres ; ententes quasiment impossibles;
2. du monopole : différenciation des produits => l'entreprise détient une certaine liberté quant à la fixation de son prix; "pouvoir monopolistique" limité par l'existence de substituts proches.

Example

L'épicier du quartier exerce au début un pouvoir de monopole dans ce quartier. Il est à même de faire un profit de monopoleur du fait de sa localisation.

Mais d'autres épiciers peuvent venir s'installer ultérieurement : ils vont lui ravir une partie de sa clientèle et ainsi peu à peu vont raboter son profit initial.

4.3 La concurrence monopolistique : l'équilibre à court terme (1)

Les firmes en concurrence monopolistique, comme les monopoles, pratiquent un prix supérieur au prix de concurrence ($P > C_m$) et vendent une quantité inférieure;

Ici les firmes réalisent également des sur-profits, car ils ont un certain pouvoir de marché

Dans une industrie en concurrence monopolistique, lorsque les firmes réalisent des profits, de nouvelles firmes sont incitées à entrer sur le marché.

La concurrence monopolistique : l'équilibre à long terme

Ce processus d'entrée et de sortie continue jusqu'à ce que les firmes sur le marché réalisent un profit économique égal à zéro.

Une fois que le marché atteint cet équilibre, il n'y a aucune incitation à l'entrée de nouvelles firmes et à la sortie de firmes existantes.

Le profit économique

Les économistes prennent en considération tous les coûts d'opportunité lorsqu'ils analysent une firme, alors que les comptables ne mesurent que les coûts explicites. De ce fait, le profit économique est inférieur au profit comptable.

Dans notre exemple, un profit économique nul, n'implique pas un profit comptable égal à zéro!

Exemple: Tanguy achète un atelier de 300 000 EUR avec son épargne.

Pour le comptable de Tanguy: le coût est simple, il s'agit bien de 300 000 EUR.

Pour les économistes, ce n'est pas si évident, car si Tanguy avait laissé cette somme sur un compte d'épargne rémunéré à 5%, il aurait gagné 15 000 EUR d'intérêts. Donc le coût économique est de 315 000 EUR!

Conclusions

La concurrence monopolistique est, comme son nom l'indique, une **forme hybride** entre la concurrence et le monopole.

Les firmes produisent des biens différenciés. Chacune d'entre elles doit ainsi attirer des acheteurs. Ce qui explique pourquoi les firmes font tellement de **publicité** et de **marketing**.

La concurrence monopolistique implique **l'absence de barrières** à l'entrée à long terme : les profits économiques vont donc disparaître à long terme !

Le théorie de la concurrence monopolistique semble être en mesure de décrire de nombreux marchés dans notre économie.