**Corrigé du devoir sur les marchés non concurrentiels**

**------**

**Sciences économiques et sociales (2 heures)**

*L’usage de la calculatrice est strictement interdit*

*Cette épreuve comprend deux parties :*

*Première partie (Mobilisation de connaissances et traitement de l’information), il est demandé au candidat de répondre aux questions en mobilisant les connaissances acquises dans le cadre du programme, en adoptant une démarche méthodologique rigoureuse de collecte et d’exploitation de données quantitatives, et en ayant recours le cas échéant à des résolutions graphiques.  
Seconde partie (Raisonnement appuyé sur un dossier documentaire), il est demandé au candidat de traiter le sujet en développant un raisonnement de l’ordre d’une page, en exploitant les documents du dossier et en mobilisant ses connaissances.  
Il sera tenu compte, dans la notation, de la clarté de l’expression et du soin apporté à la présentation.*

**Première partie : Mobilisation de connaissances et traitement de l’information (10 points)**

**Première question** : Présentez deux cas conduisant à des situations de monopole. (4 points)

* Le monopole d’innovation : lorsqu’une entreprise innove pour différencier ses produits, elle offre un bien qui est unique (du point de vue de ses performances, de son image, de son aspect, son emballage…). L’entreprise dispose alors d’un monopole temporaire protégé par un brevet, que l’on appelle un monopole d’innovation. Le consommateur ne peut alors pas comparer le prix avec ceux des concurrents (absence d’homogénéité).
* **Le monopole naturel : dans certains cas la production ne nécessite quasiment que des coûts fixes (qui ne dépendent pas des quantités produites), si bien qu’un usager de plus ne coûte quasiment rien. Avoir deux producteurs doublerait les coûts sans augmenter le nombre d’usagers. Ce serait irrationnel. C’est un cas particulier où la concurrence n’est pas viable. On parle alors de monopole naturel. Les réseaux (eaux, distribution d’électricité, téléphonie etc.) sont des exemples de monopoles naturels**
* **Le monopole institutionnel :** c’est lorsque l’Etat n’autorise pas ou limite la concurrence. Par exemple La Poste a le monopole de la distribution de courrier adressé.

**Deuxième et troisième questions**

2) Construisez un tableau résumant les différents cas de figure possibles. (3 points)

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  |  | **BONLAIT** | |
|  |  | **maintient ses prix** | **baisse ses prix** |
| **BEAULAIT** | **maintient ses prix** | **BONLAIT : gagne 2 milliards**  **BEAULAIT : gagne 2 milliards** | **BONLAIT: gagne 5 milliards**  **BEAULAIT : ne gagne rien** |
| **baisse ses prix** | **BONLAIT: ne gagne rien**  **BEAULAIT : gagne 5 milliards** | **BONLAIT : gagne 1 milliard**  **BEAULAIT : gagne 1 milliard** |

**Ce tableau illustre le dilemme du prisonnier.**

3) Quelle stratégie ces entreprises ont-elles intérêt à adopter ? (3 points)

**Si les entreprises ne ses concertent pas, elles font le raisonnement suivant :**

**Si BONLAIT maintient ses prix, BEAULAIT a intérêt à baisser les siens pour gagner 5 M plutôt que 2**

**Si BONLAIT baisse ses prix, BEAULAIT a intérêt à baisser les siens pour gagner 1 M plutôt que rien.**

**Donc BEAULAIT baisse ses prix.**

**BONLAIT, qui fait le même raisonnement, baisse aussi ses prix.**

**Comme les deux entreprises baissent leurs prix, elles gagnent chacun 1 milliard.**

**Elles auraient pu gagner davantage (2 milliards chacune) en s’entendant pour maintenir leurs prix.**

**Cet exemple monter que les entreprises ont intérêt à s’entendre (à former des cartels) plutôt qu’à se faire concurrence pour maintenir des prix élevés (au détriment de leurs clients).**

**Sujet :** À l’aide du dossier documentaire et de vos connaissances, vous montrerez que la politique de la concurrence augmente le surplus du consommateur.

Selon la théorie économique libérale, lorsqu’il y a concurrence sur les marchés, le surplus collectif (surplus du consommateur + celui du producteur) est à son maximum. Cependant, si les consommateurs peuvent faire jouer la concurrence entre les entreprises, celles-ci sont contraintes de baisser leurs prix pour ne pas perdre de clients, et cette baisse des prix limite leur surplus (c’est-à-dire leur profit).

**Les entreprises sont donc tentées de chercher à échapper à la concurrence pour accroître leur surplus, mais c’est alors au détriment du surplus du consommateur.** Et cette situation ne conduit pas à un optimum collectif car ce que gagnent les producteurs qui échappent à la concurrence ne compense pas ce que perdent les consommateurs.

**La politique de la concurrence est l’action des pouvoirs publics en faveur d’une concurrence effective sur les marchés afin de protéger les intérêts des consommateurs**. Elle est conduite par l’Autorité de la concurrence (à l’échelle nationale) ou par la Commission Européenne (à l’échelle de l’Union Européenne).

Cette politique consiste à lutter contre les situations dans lesquelles les entreprises exercent un pouvoir de marché. Elle comporte trois volets.

Le premier volet de la politique de la concurrence vise à détecter et à sanctionner les ententes entre producteurs (cartels). Les ententes entre producteurs sont en effet interdites. Pour être dissuasives, les amendes sont très élevées afin de compenser le faible risque de se faire prendre (difficultés à repérer et à prouver les ententes).Les ententes sont le plus souvent dénoncées par une entreprise y ayant participé et qui se trouve lésée. Celle qui dénonce bénéficie d’une « procédure de clémence » qui lui évite la sanction. Parmi les cartels célèbres ayant été sanctionnés : cartel des produits d’hygiène et d’entretien (amende = 951,2ME en 2014) , des transporteurs de colis (672 M€ en 2015), de la téléphonie mobile (534 M€ en 2005), du lino, de la farine, de l’acier, de yaourts etc. (doc. 2°

**Le second volet de la politique de la concurrence vise en empêcher que par des opérations de concentration (fusions, acquisitions), une entreprise n’acquiert une position dominante** qui lui donnerait un pouvoir de marché dont elle pourrait abuser au détriment de ses clients ou de ses fournisseurs.

Les opérations de fusion ou acquisition sont donc soumises à une autorisation préalable des pouvoirs publics. Parfois la commission refuse une fusion ou une acquisition : en 2019, la fusion entre Alstom et siemens a été refusée. Parfois la fusion ou l’acquisition est autorisée sous condition. Par exemple le nouveau groupe doit vendre des établissements implantés dans une ville où il aurait une position dominante. Souvent les projets de fusion ou acquisition sont autorisés.

Le troisième volet de la politique de la concurrence consiste à sanctionner les abus de position dominante. En effet ; lorsqu’une entreprise occupe une position dominante sur un marché (monopole ou proche d‘un monopole), elle est tentée d’utiliser le pouvoir de marché que lui procure cette position au détriment de ses fournisseurs (Amazon), de ses clients ou des concurrents qu’elle a sur d’autres produits. Par exemple Google a été sanctionné pour avoir favorisé son comparateur de prix (doc. 1) , Microsoft pour avoir lié la vente de Windows Media player et d’Internet explorer à la vente de Windows.

Les abus de position dominante ne sont pas faciles à prouver. La dissuasion passe donc là aussi par le montant record des amendes (2,42 milliards d’euros pour Google selon le document 1).