

**SCIENCE ÉCONOMIQUE**

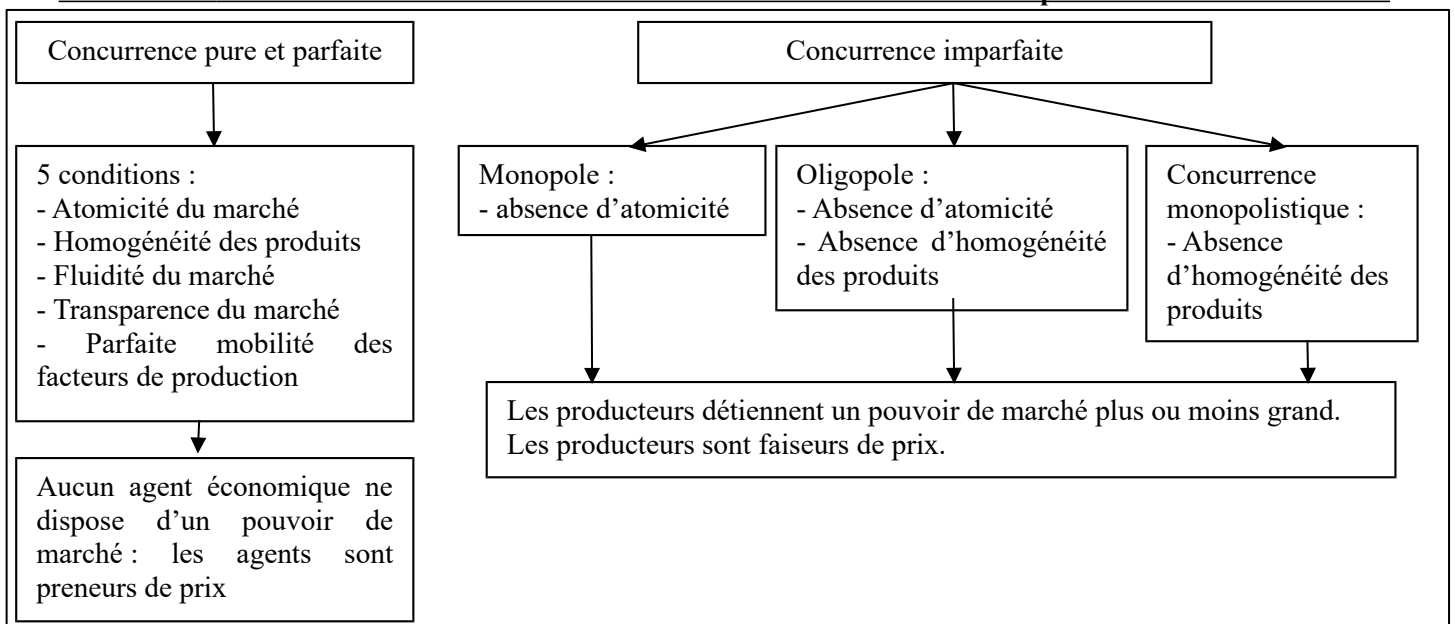
**CHAPITRE II : COMMENT LES MARCHÉS IMPARFAITEMENT CONCURRENTIELS FONCTIONNENT-ILS ?**

**Programme :**

Questionnements	Objectifs d'apprentissage
<p><b>Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?</b></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (nombre limité d'offeurs, ententes et barrières à l'entrée).</li> <li>- Comprendre que le monopole est faiseur de prix et être capable de donner des exemples de monopoles (monopole naturel, institutionnel et d'innovation).</li> <li>- Comprendre, à l'aide de représentations graphiques et/ou d'un exemple chiffré, que l'équilibre du monopole n'est pas efficace.</li> <li>- 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.</li> <li>- 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.</li> </ul>

**INTRODUCTION : QUE SONT LES MARCHÉS IMPARFAITEMENT CONCURRENTIELS ?**

**Document 1 : La distinction entre les marchés concurrentiels et les marchés imparfaitement concurrentiels**



**Questions :**

- 1) Comment peut-on définir les marchés imparfaitement concurrentiels ?
- 2) Comment peut-on définir une situation de monopole ? Une situation d'oligopole ? Une situation de concurrence monopolistique ? Illustrer votre réponse avec des exemples.
- 3) Qu'est-ce qu'un pouvoir de marché ?
- 4) Pourquoi sur les marchés imparfaitement concurrentiels les offreurs disposent-ils d'un pouvoir de marché ?

**I. LES PRINCIPALES SOURCES DU POUVOIR DE MARCHÉ**

**A. Un nombre limité d'offeurs**

**Document 2 (Doc. 2 p 40) : Un nombre limité d'offeurs**

Répondre aux questions du livre.

**Question complémentaire :**

- 7) Pourquoi le fait qu'il y ait un nombre limité d'offeurs sur un marché leur confère-t-il un pouvoir de marché ?

## **B. Les barrières à l'entrée**

### ***1) Les barrières liées aux coûts de production : l'exemple des économies d'échelle***

#### **Document 3 : Des coûts fixes qui constituent des barrières à l'entrée**

Une entreprise est en monopole si elle seule est sur son marché. [...] Le monopole est dit naturel lorsqu'il résulte des caractéristiques techniques de la production. Imaginons une entreprise qui a essentiellement des coûts fixes<sup>1</sup>, par exemple une compagnie de téléphone, dont le principal coût est la construction et l'entretien du réseau, indépendant du nombre des abonnés ou des conversations échangées. Comme le coût fixe unitaire [= coût fixe moyen] décroît à mesure que la production augmente, plus une firme est grande et plus ses coûts sont bas. On dit qu'elle réalise des économies d'échelle. La firme la plus grande va donc éliminer les autres et être seule sur son marché. Dans le cas des réseaux, il ne serait d'ailleurs pas très rationnel d'avoir plusieurs réseaux ferroviaires ou de distribution d'électricité en concurrence, compte tenu du coût et de l'impact environnemental de ces réseaux. [...]

En présence de coûts fixes [élevés], il y a nécessairement des économies d'échelle, plus ou moins importantes selon l'importance des coûts fixes. La taille optimale des entreprises, c'est-à-dire celles qui permet d'avoir les coûts unitaires [= coûts moyens] les plus bas, est alors élevée, si bien que le nombre d'entreprises présentes sur le marché peut être faible. Si chaque entreprise représente à elle seule une part significative de la production, elle peut influencer sur les prix, vendre plus cher qu'en situation de concurrence et obtenir ainsi une rente<sup>2</sup>.

<sup>1</sup> Coûts de production indépendants du volume de production (à court terme). Il s'agit donc de coûts qui ne varient pas en fonction des quantités produites.

<sup>2</sup> surcroît de profit pour l'offreur par rapport à une situation de concurrence pure et parfaite.

A. Parienty, *Précis d'économie*, La Découverte, 2017.

#### **Questions :**

- 1) Pourquoi le réseau téléphonique est-il un coût fixe pour une compagnie de téléphonie ?
- 2) A l'aide du passage souligné, expliquez pourquoi ces marchés où les entreprises ont des coûts fixes importants sont peu concurrentiels.
- 3) Montrez que des coûts fixes élevés agissent comme une barrière à l'entrée sur le marché et empêchent donc l'arrivée de nouveaux concurrents.

### ***2) Les barrières liées à la réglementation : l'exemple des brevets***

#### **Document 4 : Les barrières légales : les brevets**

La justification des brevets<sup>1</sup> et des droits d'auteur est une question d'incitations. Si les inventeurs n'étaient pas protégés par des brevets, ils ne seraient pas récompensés à la hauteur de leurs efforts : dès qu'une invention intéressante deviendrait publique, d'autres la copieraient et vendraient les produits en découlant. Et si les inventeurs n'avaient pas la perspective de pouvoir jouir de leur invention, ils n'auraient aucune incitation à endosser les coûts de l'invention. La loi accorde donc un monopole temporaire en imposant des droits de propriété temporaires qui encouragent l'innovation et la création.

<sup>1</sup> Un brevet est un droit de propriété industrielle accordé par une autorité publique à celui qui revendique une invention, pour le faire bénéficier d'un monopole d'exploitation sur cette dernière, pendant un temps limité (20 ans à compter de la demande, en France).

P. Krugman et R. Wells, *Microéconomie*, De Boeck Supérieur, Bruxelles, 2009.

#### **Questions :**

- 1) Pourquoi la loi accorde-t-elle un monopole avec les brevets ? Pourquoi ce monopole n'est-il que temporaire ?
- 2) Citez d'autres barrières réglementaires que les brevets.

### ***3) Les barrières stratégiques : l'exemple de la différenciation des produits***

#### **Document 5 (Doc. 4 p 42) : Différenciation et pouvoir de marché**

Répondre aux questions du livre.

## **C. Les ententes**

#### **Document 6 : L'interdiction des ententes**

[Ententes entre entreprises]

Il s'agit d'un accord ou d'une concertation entre plusieurs entreprises dominant le marché sur le niveau des prix ou la quantité de la production, par exemple. Si quelques entreprises dominantes s'accordent pour baisser les prix, afin d'attirer une clientèle plus nombreuse, elles risquent d'entraîner la disparition de plus petites entités, qui ne pourraient suivre cette politique de baisse des

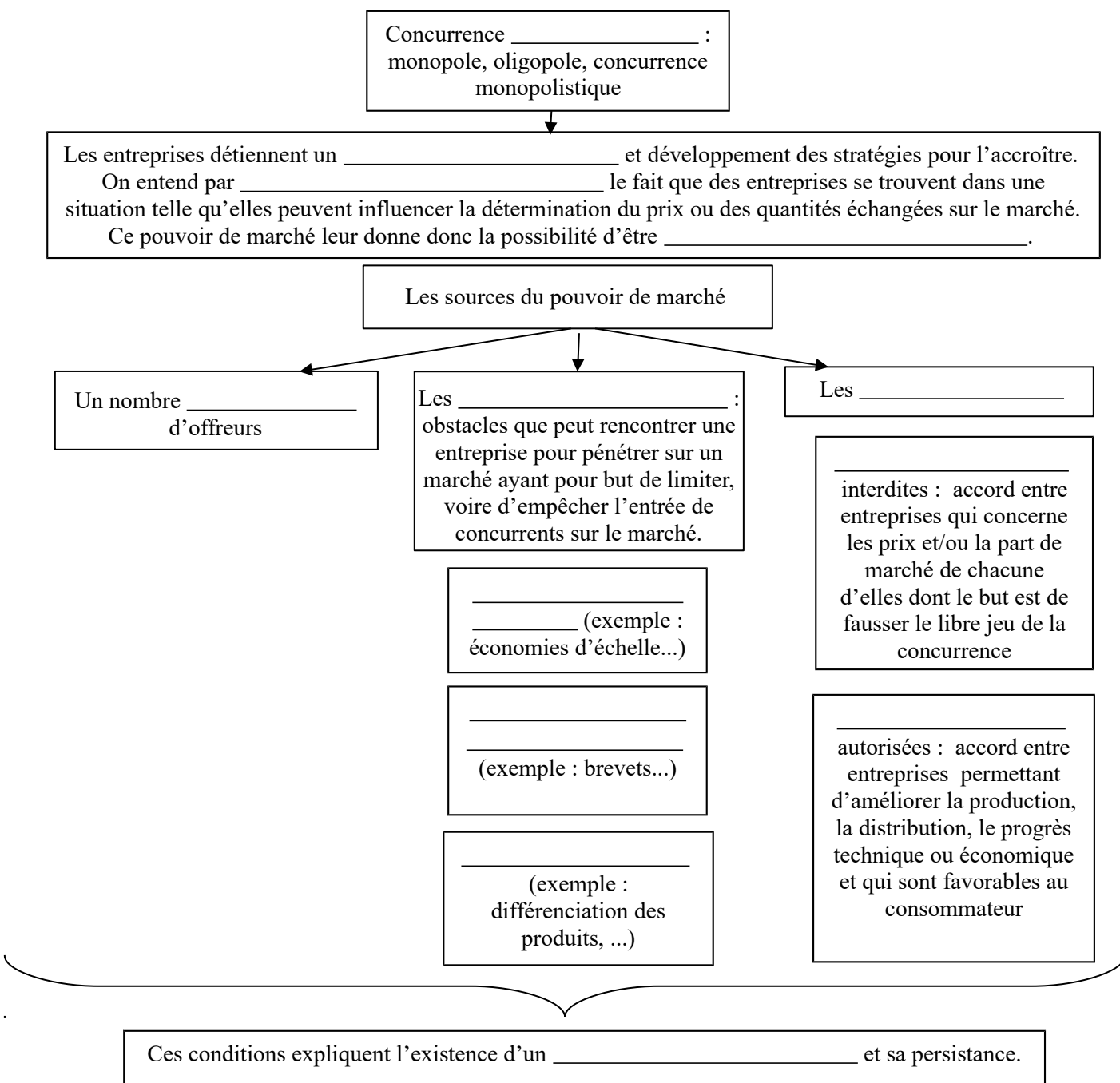
prix sans mettre en péril leur viabilité. Les ententes ont donc été interdites par l'article 85 du traité de Rome (actuel art. 101 TFUE). Ces dernières années, cet article a notamment été appliqué en 2011 contre des producteurs de lessives qui s'étaient entendus sur les prix et ont été condamnés à une amende de 315 millions d'euros, ou encore en 2016 contre des constructeurs de camions, qui ont dû s'acquitter d'une amende de 2,9 milliards d'euros. Ce principe connaît cependant des **dérogations**. Selon l'article 85 (art. 101 TFUE), ce dispositif ne s'applique pas pour les ententes contribuant à l'amélioration de la production ou de la distribution, au progrès technique ou économique et à l'intérêt des consommateurs et qui n'éliminent pas la possibilité de la concurrence. Ces conditions sont cumulatives et doivent donc être réunies simultanément pour échapper au principe de l'interdiction.

Site Vie publique, La politique de la concurrence, Approfondissements, <https://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/union-europeenne/approfondissements/politique-concurrence.html>

**Questions :**

- 1) Qu'entend-on par « entente » entre entreprises.
- 2) Les ententes sont-elles toujours interdites ?
- 3) Dans quel but les entreprises développent-elles des ententes ?

**Pour conclure l'introduction et le I., complétez le schéma suivant :**



## **II. MONOPOLE ET POUVOIR DE MARCHÉ**

### **A. Les différents types de monopole**

#### **Document 7 : Monopoles et barrières à l'entrée**

Une entreprise est en position de monopole parce que les autres entreprises n'ont pas les moyens de pénétrer sur le marché et de la concurrencer. Ces barrières à l'entrée ont quatre origines possibles.

- Une monopole qui contrôle une ressource rare empêche d'autres firmes d'entrer sur le marché. Cecil Rhodes (1853-1902) créa le monopole de De Beers en contrôlant les mines qui produisaient la grande majorité des diamants dans le monde.
- Une entreprise peut être en situation de monopole naturel quand elle réalise des économies d'échelle : le coût moyen diminue quand la production augmente en raison des coûts fixes importants (distribution de gaz par exemple). Les entreprises de grande taille sont davantage profitables et éliminent les petites. Pour la même raison, les entreprises installées ont des coûts inférieurs à ceux de tout nouvel entrant potentiel, une énorme barrière à l'entrée.
- En 1998, l'entreprise Merck introduisit aux Etats-Unis le Propecia, un médicament contre la perte de cheveux. Aucune autre firme ne contesta le monopole de Merck car le Propecia était protégé par un brevet. Les monopoles légaux [ou institutionnels] les plus importants aujourd'hui sont créés par des brevets [...].
- Une firme qui maintient une avance technologique importante sur ses concurrents potentiels peut se retrouver en situation de monopole. Entre les années 1970 et 1990, le producteur de puces électroniques Intel a été en mesure de maintenir un avantage significatif sur ses concurrents potentiels. Mais la supériorité technologique est une barrière à l'entrée à court terme, et non pas à long terme : avec le temps, les concurrents investissent pour améliorer leur technologie et rattraper celle du leader.

P. Krugman, R. Wells, *Microéconomie*, De Boeck Supérieur, 2009.

#### **Questions :**

- 1) Rappelez ce que sont les barrières à l'entrée. Quelle est la condition du modèle de concurrence pure et parfaite qui n'est pas vérifiée lorsque des barrières à l'entrée existent ?
- 2) Qu'est-ce qui caractérise un monopole naturel ? Donnez des exemples de monopoles naturels.
- 3) Qu'est-ce qui caractérise un monopole institutionnel (ou légal) ? Donnez des exemples de monopoles institutionnels.
- 4) Qu'est-ce que caractérise un monopole d'innovation ? Donnez des exemples de monopoles d'innovation.

### **B. L'équilibre du monopole**

#### **Document 8 (Doc. 1 p 46) : Un équilibre inefficace**

Répondre aux questions du livre.

## **III. OLIGOPOLE ET POUVOIR DE MARCHÉ**

#### **Document 9 : L'oligopole**

Un marché en oligopole est un marché où opère un petit nombre d'entreprises. Qu'entend-on par « un petit nombre » ? Un nombre inférieur à celui des entreprises en concurrence pure et parfaite, mais supérieur à l'entreprise unique du monopole. En concurrence pure et parfaite, le nombre des entreprises est tel qu'aucune d'entre elles ne peut avoir d'influence sur le prix. En monopole, au contraire, la firme peut choisir le prix [...] qu'elle souhaite obtenir pour chaque unité de bien [ou service]. L'oligopole se situe donc exactement entre ces deux structures de marché, chaque firme détient un pouvoir de marché, mais doit tenir compte de celui de ses concurrentes.

Dans cette situation, les entreprises peuvent se comporter de différentes façons : elles peuvent se livrer une concurrence ou au contraire coopérer.

Dans ce deuxième cas, elles s'entendent entre elles et forment un cartel. L'intérêt d'une telle entente (sanctionnée par les pouvoirs publics) est naturellement d'obtenir un profit, collectif et individuel, plus élevé. Au lieu de se livrer une concurrence sauvage menant à un profit nul, les entreprises peuvent s'entendre pour fixer le prix au niveau du prix de monopole.

K. Huynh et D. Besancenot, *Economie industrielle*, coll. « Amphi », Bréal, 2004.

#### **Questions :**

- 1) Rappelez la définition de « oligopole » ?
- 2) En quoi une situation d'oligopole se distingue-t-elle d'une situation de monopole pour les producteurs ?
- 3) Quelles sont les deux tendances possibles dans le cas d'un oligopole ? Expliquez ce que signifient ces deux tendances et illustrez par des exemples.

#### **Document 10 (Doc. 1 p 48) : Découverte du dilemme du prisonnier**

Ne pas tenir compte des questions 1, 2, 3 dans l'encadré jaune sur le côté gauche.

**NB :** La théorie des jeux étudie la manière dont les individus rationnels prennent des décisions en interaction. Les jeux peuvent être non coopératifs (chacun prend des décisions pour son propre compte sans chercher à collaborer avec les autres joueurs) ou coopératifs (les joueurs cherchent à s'entendre pour trouver une situation mutuellement avantageuse). Dans le cadre de cette théorie des jeux a été développé un exemple devenu classique appelé « dilemme du prisonnier ». L'idée est de s'interroger sur la manière dont deux individus (accusés d'avoir enfreint la loi) agissent lorsque leurs actions sont interdépendantes (cf. encadré « la petite histoire du dilemme du prisonnier »). Cet exemple est exploitable en science économique dans le cas des oligopoles qui peuvent soit opter pour une attitude non coopérative (tendance à la concurrence exacerbée) soit opter pour une attitude coopérative (tendance à l'entente).

Répondre aux questions du livre.

#### **IV. LA POLITIQUE DE LA CONCURRENCE ENCADRE LES MARCHÉS IMPARFAITEMENT CONCURRENTIELS**

##### **A. Qu'est-ce que la politique de la concurrence ?**

###### **Document 11 : Qu'est-ce que la politique de la concurrence ?**

###### **A. Les principes de la politique de concurrence**

Les principes qui guident les autorités de la concurrence peuvent grossièrement être résumés comme suit : pour la plupart des secteurs économiques, les mécanismes de marché donnent aux entreprises des incitations à accroître leur efficacité productive et à en redistribuer les fruits aux autres agents. Ils aident à sélectionner les bons projets d'investissement, attirent les entreprises efficaces et chassent les autres ou les poussent à améliorer coût et qualité. Pour permettre le jeu de ces mécanismes vertueux, la loi interdit et les autorités de la concurrence corrigent et sanctionnent les entraves à la concurrence. La répression des ententes ou des abus de position dominante<sup>1</sup>, le contrôle *ex ante* des opérations de concentration<sup>2</sup>, et, au niveau communautaire, celui des aides accordées par les Etats poursuivent ce même objectif : empêcher que le pouvoir de marché que détiennent soit les entreprises dominantes soit des groupes d'entreprises agissant de façon collusive<sup>3</sup> soit utilisé pour fausser le jeu de la concurrence et priver les consommateurs de ses bénéfices.

<sup>1</sup> Action, prohibée par la loi, d'une entreprise qui profite de sa position dominante sur un marché pour affaiblir la concurrence et imposer ses conditions à ses partenaires commerciaux.

<sup>2</sup> La concentration désigne un processus d'accroissement de la taille des entreprises qui aboutit au contrôle d'une part croissante du marché par un ou plusieurs d'entre elles.

<sup>3</sup> C'est-à-dire qui s'entendent secrètement.

A. Perrot, « *La politique de la concurrence dans la crise* », in *16 nouvelles questions d'économie contemporaine*, sous la direction de Ph. Askenazy et D. Cohen, Pluriel, 2011.

###### **B. Les principaux champs de la politique de concurrence dans l'Union européenne**

<b>Objet</b>	<b>Dispositifs</b>
<b>Ententes (ou cartels)</b>	Interdiction des accords anticoncurrentiels entre entreprises (ex : répartition de marchés, accords sur les prix)
<b>Abus de position dominante</b>	Interdiction aux entreprises d'exploiter de façon abusive leur position dominante sur un marché (ex : imposer aux consommateurs des ventes groupées de produits pouvant être vendus séparément)
<b>Contrôle des concentrations</b>	Notification des opérations transfrontalières à la Commission qui peut interdire des fusions ou acquisitions susceptibles de réduire fortement la concurrence.
<b>Aides d'Etat</b>	Sauf dérogations, interdiction des aides d'Etat qui faussent ou menacent de fausser la concurrence.
<b>Monopoles publics</b>	Ouverture à la concurrence de certains services publics

D'après le site de la Commission européenne, « *La politique de concurrence de l'Union européenne* ».

##### **Questions :**

- 1) Qu'est-ce que la politique de la concurrence ?
- 2) Quelle est la justification de la politique de la concurrence ?
- 3) Montrez que la politique de la concurrence s'exerce à la fois vis-à-vis des entreprises et vis-à-vis des pouvoirs publics (Doc. B).
- 4) Montrez que la politique de la concurrence a pour objet à la fois de sanctionner certains comportements et de surveiller la structure des marchés (Doc. B).

##### **A. La lutte contre les abus de position dominante : l'exemple de Google**

###### **Document 12 : Google sanctionné pour abus de position dominante**

Pour la commissaire européenne<sup>1</sup> Margrethe Vestager, Google se sert de son système d'exploitation « pour consolider la position dominante » de son moteur de recherche.

[...] Mercredi 18 juillet [2018], la commissaire européenne à la concurrence, la Danoise Margrethe Vestager, a conclu une enquête ouverte trois ans plus tôt pour abus de position dominante en condamnant Google et Android – le système d'exploitation pour smartphone de la firme de Mountain View (Californie) –, à une amende record de 4,34 milliards d'euros.

Margrethe Vestager a déclaré : « *Google utilise Android comme un véhicule pour consolider la position dominante de son moteur de recherche. Ces pratiques ont privé ses concurrents de la possibilité d'innover et de lui livrer concurrence par leurs mérites. Elles ont privé les consommateurs européens des avantages d'une concurrence effective sur le marché important des appareils mobiles. Cette pratique est illégale au regard des règles de l'Union européenne [UE] en matière de pratiques anticoncurrentielles.* »

Par conséquent, « *Google doit cesser ses pratiques dans les quatre-vingt-dix jours, sinon elle encourt de nouvelles pénalités* », a précisé la commissaire. Quant au montant de l'amende, inédit, il s'explique par le fait que « *les infractions durent depuis 2011, qu'elles sont très graves et que les revenus de Google [tirés d'Android] ont progressé dans l'intervalle* », a-t-elle précisé. [...]

L'amende infligée est la plus importante jamais prononcée par Bruxelles dans ce type d'infraction. Le précédent record était déjà détenu par Google, qui s'est vu infliger une pénalité de 2,4 milliards d'euros en juin 2017 pour avoir favorisé son comparateur commercial, Google Shopping, sur son moteur de recherche.

Avant Google, la Commission européenne avait condamné le géant des microprocesseurs Intel à une amende d'un peu plus de 1 milliard d'euros, en 2009, pour avoir entravé le développement de son concurrent AMD. Microsoft a aussi été condamné par trois fois entre 2004 et 2013, avec à la clé des pénalités cumulées de 1,9 milliard d'euros. [...]

Lancé en 2007, Android équipe 80 % des smartphones dans le monde et assure à Google une diffusion inédite de l'ensemble de ses autres services. En tout, 2,2 milliards de smartphones tournent aujourd'hui sur Android.

En avril 2016, M<sup>me</sup> Vestager avait lancé un acte d'accusation contre Android, soulignant trois types de comportements jugés illégaux. Ses arguments sont restés les mêmes : Google a « *exigé des fabricants qu'ils préinstallent l'application Google Search et son navigateur (Chrome) comme condition à l'octroi de la licence pour sa boutique d'applications en ligne (Play Store)* », rappelle ainsi le communiqué de la Commission.

Le groupe a par ailleurs « *payé certains grands fabricants et certains grands opérateurs de réseaux mobiles pour qu'ils préinstallent en exclusivité l'application Google Search sur leurs appareils* ». Enfin, Google a « *empêché les fabricants souhaitant préinstaller les applications Google de vendre ne serait-ce qu'un seul appareil mobile intelligent fonctionnant sur d'autres versions d'Android non approuvées par Google* ».

<sup>1</sup> Membre de la Commission européenne, l'institution de l'Union européenne détentrice du pouvoir exécutif et chargée de veiller au respect du droit de l'Union. À chaque commissaire est attribuée une aire de responsabilité politique au sein de la Commission.

Mme Vestager est commissaire européenne à la concurrence.

C. Ducourtieux, Le Monde, 18/08/2018.

### Questions :

- 1) Rappelez la définition de l'abus de position dominante.
- 2) En quoi peut-on dire que Google a abusé de sa position dominante ?

## B. La lutte contre les cartels : l'exemple des offreurs de produits laitiers

### Document 13 : Entente sur les prix : onze fabricants de produits laitiers condamnés

L'Autorité de la concurrence<sup>1</sup> a condamné onze fabricants de produits laitiers à des amendes d'un montant total de 192,7 millions d'euros. Lactalis Nestlé écope de la plus forte amende : 56,1 millions. Il va faire appel.

Les rencontres avaient parfois lieu dans un café, parfois dans un hôtel. Les appels téléphoniques se faisaient via des appareils "fantômes", pas officiellement attribués aux fabricants - au nom de la compagnie du représentant de Senoble, par exemple... Entre 2006 et 2012, les principaux producteurs de yaourt se sont entendus sur les prix, et sur le partage des volumes. Ce qui leur vaut aujourd'hui une amende record de l'Autorité de la concurrence. 192,7 millions d'euros.

#### **Lactalis fortement condamné fait appel**

C'est Lactalis Nestlé qui devra payer la plus forte amende : 56,1 millions - mais l'entreprise a immédiatement fait appel de la condamnation. Arrive ensuite Senoble, 46 millions - il risquait 101,3 millions mais comme il a dénoncé l'entente son amende est réduite. Novandie, le groupe Andros, doit payer 38,3 millions ; les Maîtres laitiers du Cotentin, 22,9 millions. A noter que Yoplait, qui a été le premier à dénoncer le système, est condamné mais ne paie pas d'amende - qui se serait élevée à 44,7 millions d'euros. Car, si le cartel a pu être démantelé, c'est parce que des membres l'ont dénoncé.

Dans le détail, les quatre leaders du secteur, Yoplait, Novandie (Andros), Lactalis et Senoble, avaient pris l'habitude de se consulter - physiquement ou par téléphone - pour se mettre d'accord sur les prix et pour se répartir les volumes des marques de distributeurs. Des pactes de non-agression ont également été signés, pour geler les positions des uns et des autres, en faussant les appels d'offres lancés par la grande distribution...

<sup>1</sup>Autorité administrative indépendance française chargée de lutter contre les pratiques anticoncurrentielles en France.

France info, 12/03/2015, <http://www.franceinfo.fr/actu/justice/article/entente-sur-les-prix-onze-fabricants-de-yaourts-condamnes-655515>

### Questions :

- 1) En quoi peut-on dire que les onze producteurs laitiers condamnés par l'Autorité de la concurrence étaient à l'origine d'une entente illicite ?
- 2) Pourquoi Yoplait n'a-t-il pas été condamné à payer d'amende ?
  - 3) Pourquoi les offreurs de produits laitiers avaient-ils intérêt à s'entendre ?
- 4) Pourquoi certains des participants à l'entente ont-ils finalement opté pour l'aveu ?

### **C. Le contrôle des opérations de concentration**

#### **Document 14 : Le contrôle des fusions-acquisitions**

##### **Pourquoi contrôle-t-on les concentrations ?**

Il y a quelques années, KLM et Air France ont décidé de fusionner. En tant que consommateur [...] vous pouvez craindre pour les prix de vos futurs billets d'avion. En effet, avec une firme de moins sur le marché, ces deux compagnies aériennes maintenant réunies peuvent décider d'augmenter le prix de leurs billets. Si on réfléchit un peu plus, on peut se dire aussi que ces deux entreprises aériennes, en regroupant deux réseaux de destinations aériennes considérables, vont peut-être proposer aux consommateurs de nouveaux produits, comme de nouvelles possibilités pour avoir des trajets directs au sein d'une même compagnie. De la même façon, ces deux entreprises vont regrouper des flottes d'avions considérables et vont transporter beaucoup plus de passagers. Il y a peut-être, pour elles, des possibilités de réduire les coûts.

On voit ici apparaître les deux forces principales auxquelles on s'intéresse lorsqu'on contrôle une concentration. Lorsqu'une autorité de la concurrence surveille une opération de concentration, elle se dit que d'un côté les risques pour l'augmentation des prix sont importants, mais d'un autre côté, il y a aussi des gains d'efficacité potentielle élevée. Donc elle va essayer de mettre en balance chacune de ces deux forces pour se demander si, in fine, pour les consommateurs, une fusion peut être préjudiciable ou au contraire bénéfique.

##### **Quelles sont les critères de l'Autorité de la concurrence pour accepter une fusion [ou acquisition] ?**

[...] Le critère pour analyser l'effet d'une opération de concentration consiste à mettre en balance ce que l'on pourrait appeler la position dominante, c'est-à-dire l'effet potentiellement négatif sur les prix, et l'effet positif que peut avoir la fusion sur l'innovation. [...]

##### **Dans la pratique, les fusions sont-elles néfastes pour le consommateur ?**

Lorsqu'il y a une fusion, une concentration sur le marché, cette fusion n'est pas forcément mauvaise pour les consommateurs. Pour les firmes qui fusionnent, cela a toutes les chances d'être bénéfique, du moins c'est ce que les entreprises attendent puisqu'elles fusionnent, même si in fine cela ne sera pas nécessairement le cas. Pour les consommateurs, cette fusion ne sera pas forcément négative puisque, si la concentration peut faire augmenter les prix, elle peut également avoir des effets importants. A la fois sur l'efficacité de la firme en termes de coûts : si les coûts baissent, les coûts variables diminuent et cela peut se répercuter à la baisse sur les prix. Mais aussi si les entreprises regroupent des technologies complémentaires, par exemple deux entreprises pharmaceutiques qui ont deux portefeuilles de brevets très complémentaires peuvent, grâce à cette fusion, inventer de nouveaux produits, et ces nouveaux produits bénéficieront aux consommateurs.

[...] Il est possible qu'une fusion ait un impact négatif sur les consommateurs mais le contraire est possible aussi. D'ailleurs, si le contraire ne l'était pas, les autorités de la concurrence diraient tout le temps « non » à une opération de concentration.

##### **Est-ce vrai que l'Autorité de la concurrence semble tenir compte que du point de vue du consommateur ?**

Si l'on reprend l'exemple d'Air-France/KLM, on voit que l'augmentation de la concentration sur le marché aérien est susceptible, soit de profiter aux consommateurs si des baisses de coûts ou de nouvelles destinations aériennes permettent de proposer de nouveaux produits, soit au contraire de pénaliser les consommateurs parce que cette diminution de la concurrence sur le marché va se traduire par une augmentation de prix.

[...] il est vrai que les autorités de la concurrence analysent essentiellement ce qu'on appelle « le bien-être du consommateur », le « surplus du consommateur » à la suite d'une fusion. C'est-à-dire que l'Autorité de la Concurrence va quasiment regarder uniquement l'impact de cette fusion sur le bien-être du consommateur, donc sur les prix et le nouveau portefeuille de produits. [...]

Fusions, acquisitions et Autorité de la concurrence, interview de Jean-Philippe Tropéano, Blog du Centre d'Economie de la Sorbonne SorbonnEco, <https://sorbonneco.hypotheses.org/1526>

### **Questions :**

- 1) En quoi la concentration diffère-t-elle des deux pratiques abordées précédemment (abus de position dominante et cartel) ?
- 2) Quels sont les critères retenus par les autorités de la concurrence pour accorder ou refuser une fusion ou acquisition ?
- 3) Pourquoi les autorités de la concurrence interdisent-elles certaines fusions ou acquisitions entre firmes ?

**Pour conclure le IV., complétez le schéma suivant :**

La \_\_\_\_\_ désigne l'action menée par les pouvoirs publics qui vise à surveiller et contrôler la concurrence, Les marchés étant le plus souvent éloignés de la concurrence \_\_\_\_\_, il convient donc d'agir sur les structures de marchés pour corriger les imperfections de la concurrence et limiter les pratiques anticoncurrentielles des entreprises. Les autorités de la concurrence interviennent donc afin de modifier \_\_\_\_\_ découlant du libre jeu du marché ; leur intervention s'explique en effet par les imperfections du marché. La politique de la concurrence vise à :



Lutter contre les \_\_\_\_\_. Il s'agit d'une action, prohibée par la loi, d'une entreprise qui profite de sa \_\_\_\_\_ sur un marché pour affaiblir la concurrence et imposer ses conditions à ses partenaires commerciaux. Ces pratiques font l'objet de \_\_\_\_\_ car elles contribuent à limiter voire empêcher la \_\_\_\_\_ et sont défavorables aux \_\_\_\_\_. C'est dans le but d'éviter des situations d' \_\_\_\_\_ que les opérations de \_\_\_\_\_ font l'objet de contrôle, au sein de l'UE notamment.

Lutter contre les \_\_\_\_\_, c'est-à-dire les ententes entre \_\_\_\_\_ (généralement peu nombreuses) qui concernent les prix et/ou la part de marché de chacune d'elles. Ces \_\_\_\_\_ ont pour but de fausser le libre jeu de la \_\_\_\_\_ et sont elles aussi \_\_\_\_\_ aux consommateurs, c'est pourquoi elles font l'objet de sanctions.