

Chapitre 2 : Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?

Discipline de référence	Questionnement	Le programme officiel
Sciences Economiques	Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?	<ul style="list-style-type: none"> - Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (nombre limité d'offreurs (IA), ententes (IIA), barrières à l'entrée (IB)) ; - Comprendre que le monopole est faiseur de prix (IA) et être capable de donner des exemples de monopoles (monopoles naturel, institutionnel et d'innovation) (IB) ; - Comprendre, à l'aide d'une représentation graphique et/ou d'un exemple chiffré, que l'équilibre du monopole n'est pas efficace ; (IC) - Comprendre ce qu'est un oligopole et, à l'aide du dilemme du prisonnier, pourquoi les firmes ont intérêt à former des ententes ; (II) - 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. (III)

Notions du programme : concurrence imparfaitement concurrentielle, pouvoir de marché, entente, entente illicite, barrière à l'entrée, monopole, faiseur de prix, monopole naturel, monopole institutionnel, monopole d'innovation, oligopole, dilemme du prisonnier, firme, fusion, acquisition, position dominante.

Notions complémentaires : économie d'échelle, concurrence.

Prérequis :

- Seconde : modèle*, allocation des ressources*, bien, service, entreprise*, technologie*, norme juridique*.
- Première : preneur de prix*, prix*, surplus*, perte sèche, marché*, marché concurrentiel*, offre*, demande*, coût total, coût fixe, coût variable, coût moyen, profit*.

Objectifs :

- Définir, distinguer et illustrer les notions du programme ;
- Distinguer, illustrer et utiliser les notions complémentaires ;
- Distinguer les différentes structures de marché ;
- Expliquer les différentes stratégies des entreprises en fonction des différentes structures du marché ;
- Distinguer coopération et coordination
- Distinguer entente et entente illicite
- Position dominante et abus de position dominant

Plan :

- I- Le monopole.
- II- L'oligopole.
- III- Le contrôle de la concurrence.

I- Le monopole.

A- Une situation de monopole.

Document 1.

Il y a quelques années, De Beers, le premier producteur mondial de diamants, diffusait une publicité demandant aux hommes d'acheter des diamants à leur femme. « Elle vous a épousé pour le meilleur et pour le pire », disait la pub, « ne la décevez pas ». Racoleurs ? Oui. Efficace ? Sans aucun doute. Depuis des générations les diamants sont symboles de luxe, valorisés pas seulement par leur apparence, mais également pour leur rareté. Mais les géologues vous diront que les diamants ne sont pas si rares que cela. D'après le *Dow Jones-Irwin Guide to Fine Gems and Jewelry*¹, les diamants sont « plus communs que n'importe quelle autre pierre précieuse colorée. Ils paraissent seulement plus rares ... ». Pourquoi les diamants paraissent-ils plus rares que les autres pierres précieuses ?

(...) Le monopole de De Beers en Afrique du Sud fut créé dans les années 1880 par Cecil Rhodes, un homme d'affaire anglais. En 1880, les mines d'Afrique du Sud dominaient déjà l'offre mondiale de diamants. Il existait cependant plusieurs entreprises d'exploitation des mines qui se faisaient concurrence. Rhodes acheta la grande majorité de ces mines dans les années 1880 et les réunit en une seule entreprise, De Beers. Dès 1889, De Beers, contrôlait presque toute la production de diamants.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°618 – 622

¹ Auteur : David Marcum – Date de publication : 1985

Question 1 : Rappelez les trois conditions nécessaires du modèle de concurrence parfaite.

Question 2 : Proposez une définition d'une situation de monopole en vous appuyant sur le document 1.

Question 3 : En quoi la situation de monopole de l'entreprise De Beers en 1889 se différencie-t-elle de la situation décrite dans le modèle de concurrence parfaite.

Question 4 : Dans cette situation de monopole, comment De Beers pouvait-il agir sur le prix ? Quelle en était la raison ?

B- Pourquoi les monopoles existent-ils ?

Document 2.

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, à la fois dans la conception et la production de microprocesseurs, les puces qui permettent de faire fonctionner les ordinateurs. (...)

Beaucoup de gens utilisent le gaz naturel chez eux pour cuisiner et se chauffer. Le fournisseur de gaz est invariablement un monopole. Mais pourquoi n'y a-t-il pas de compagnies rivales pour faire concurrence dans la fourniture de gaz ? Au début du XIX^{ème} siècle, quand l'exploitation du gaz en était à ses débuts, les entreprises se faisaient concurrence pour trouver des clients. Mais cette concurrence ne dura pas longtemps. (...)

En 1998, l'entreprise pharmaceutique Merck introduisit le Propecia, un médicament efficace contre la perte de cheveux. En dépit du fait que le Propecia était très profitable et que d'autres entreprises avaient le savoir-faire pour le produire, aucune autre firme ne contesta le monopole de Merck. La raison en est que le gouvernement américain avait donné à Merck le droit unique de produire le médicament aux États-Unis.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°624 – 627

Question 1 : Dans l'état actuel de vos connaissances, expliquez les raisons pour lesquelles l'entreprise INTEL ou l'entreprise MERCK sont ou étaient en situation de monopole.

Question 2 : Rappelez la composition du coût total d'un producteur. Rappelez la définition du coût moyen.

Question 3 : En utilisant votre réponse à la question 2, expliquez le mécanisme par lequel une entreprise fournisseuse de gaz est « invariablement » en situation de monopole.

Document 3.

Un monopole faisant des profits ne passera pas inaperçu. D'autres firmes ne vont-elles pas s'incruster, récupérer une partie de l'activité et faire pression à la baisse sur les prix et les profits à long terme ? Pour qu'un monopole profitable persiste, il faut que quelque chose empêche les autres d'entrer sur le marché ; ce « quelque chose » est appelé barrière à l'entrée. Il existe quatre types principaux de barrières à l'entrée : le contrôle des ressources rares (...), les économies d'échelle¹, la supériorité technologique et les barrières d'origines gouvernementales.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°623 – 624

¹ Les économies d'échelle correspondent à la baisse du coût moyen résultant d'une augmentation du volume (de l'échelle) de production.

On distingue habituellement trois types de monopole :

- le monopole naturel, forme de monopole justifiée par des conditions techniques (coûts fixes élevés par exemple) qui font que des entreprises concurrentes ne seraient pas rentables ;
- le monopole légal, forme de monopole protégé par des règlements administratifs ;
- le monopole d'innovation, forme de monopole résultant de la fabrication par l'entreprise d'un nouveau produit : il s'agit d'un monopole temporaire car l'innovation est rapidement imitée par d'autres entreprises.

Source : S. d'Agostino et alii, **Dictionnaire de sciences économiques et sociales**, Bréal, 2002.

Question 4 : Associer les trois types de monopoles aux barrières à l'entrée sur un marché et aux exemples du document 2.

Question 5 : Associez chacun des exemples ci-dessous à un type de monopole.

- a- Le laboratoire Roche est le seul à produire le médicament « Avastin » contre le cancer ;

.....
.....

- b- SNCF réseau est la seule entreprise qui gère le réseau ferroviaire en France ;

.....
.....

- c- La Française des jeux (FDJ) est la seule entreprise en sur le marché des jeux à gratter en France ;

.....
.....

- d- Réseau de transport d'électricité (RTE) est le seul opérateur gérant le réseau de transport d'électricité en France.

.....
.....

SYNTHESE : Complétez le texte avec les termes suivants : *faiseurs de prix, monopole, offreur, homogène, quantités, prix, naturel, demandeurs, pouvoir de marché, barrières à l'entrée, obstacles, innovation, monopole légal, économie d'échelle, avancée technologique, barrières d'origine gouvernementale, important, monopole naturel, stratégie, coût moyen, coûts fixes, volume de production, coût moyen, augmente, concurrents.*

Le monopole est une situation de marché dans laquelle un unique d'un bien (standardisés) est en présence d'une infinité de Le marché est donc soumis aux conditions que lui impose le producteur unique du bien, qui exerce un Contrairement à la concurrence parfaite, le producteur est ici (dans la limite de ce que consent le consommateur). Il se trouve, en effet, dans une situation qui lui permet d'influencer, par son comportement, la détermination du ou des d'un bien échangé sur le marché. Pour qu'un profitable persiste, des du marché doivent exister pour empêcher les autres entreprises d'entrer sur le marché. Elles sont les à la concurrence que peut rencontrer une entreprise pour pénétrer sur le marché.

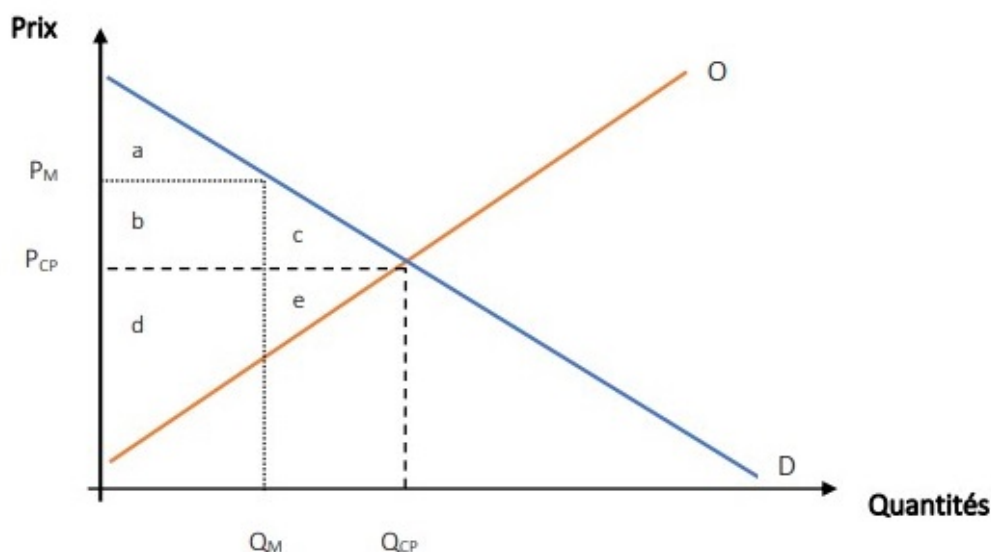
Il existe 3 principaux types de barrière à l'entrée :

- Les pouvant conduire à un monopole (ex. fournisseur de gaz) ;
- L'..... pouvant conduire à un monopole d'..... (ex. Intel) ;
- Les pouvant conduire à un (ex. Merck)

Remarque : une économie d'échelle désigne la baisse du résultant d'une augmentation du Elle s'explique fondamentalement par l'existence de importants qui entraînent une baisse du (coût unitaire) lorsque la production Dans ce cas, le fonctionnement du marché conduit à l'élimination des par le plus producteur le plus car celui-ci peut vendre moins cher que ses concurrents de moindre taille qui ne peuvent aligner leur prix du fait de coûts de production plus élevés. Les économies d'échelle conduisent à un car ce monopole découle du fonctionnement du marché et n'est pas lié à une particulière. Le producteur le plus important se retrouve sans concurrents et dispose du pouvoir de marché.

C- Les conséquences du monopole sur le gain à l'échange.

Document 4.



Source : D'après le Collège de France, Les Nouveaux programme de SES, Classe de Première, Chapitre 2 (page 22)

Question 1 : A partir des connaissances acquises dans le chapitre 1, complétez le texte suivant.

Le surplus du consommateur est égal à la différence entre le par le consommateur et le prix qu'il aurait été prêt à payer. Il est le net que réalise un acheteur de l'achat d'un bien. Il est égal à l'aire située sous mais au-dessus

Le surplus du producteur est égal à la différence entre le prix auquel il effectivement les biens offerts et le auquel il aurait été prêt à offrir compte tenu de ses Il mesure le montant des qu'un producteur retire de ses ventes. Il est égal à l'aire située au-dessus de mais en-dessous du

Le est la somme du surplus du consommateur et du surplus du producteur.

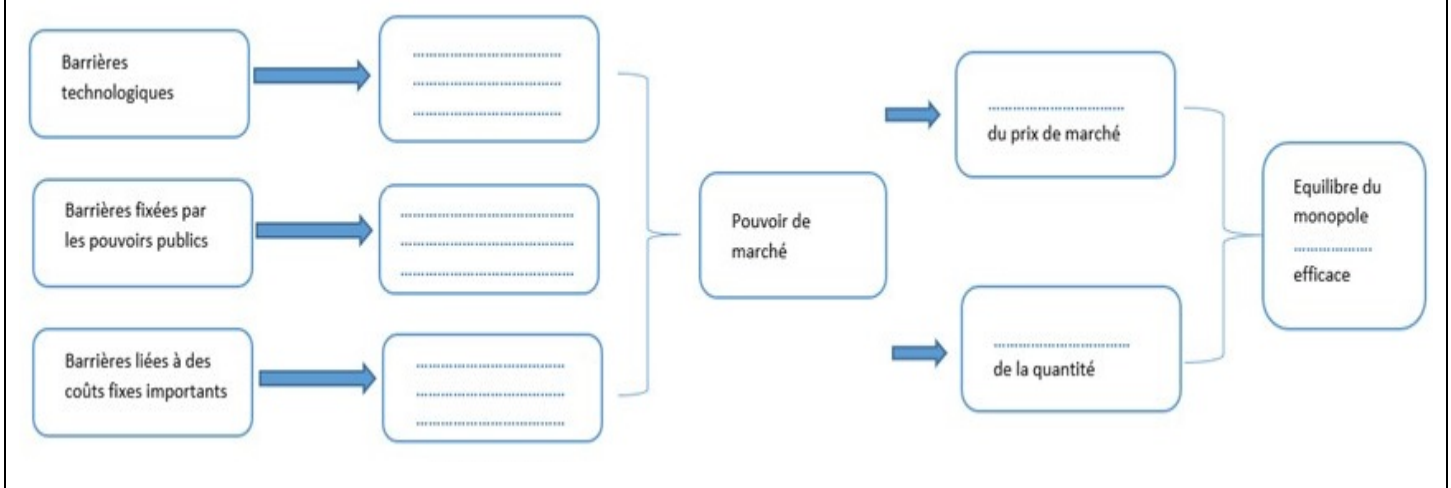
Question 2 : Complétez le tableau ci-dessous en indiquant la lettre correspondant à chacune des surfaces désignées.

Surface correspondant au	Marché concurrentiel	Marché en situation de monopole
(...) surplus du consommateur		
(...) surplus du producteur		
(...) surplus total (gains à l'échange)		

Questions 3 : Précisez les effets du monopole sur le surplus du consommateur, le surplus du producteur et le gain à l'échange ?

Question 4 : Citez une situation déjà rencontrée (chapitre 1) dans laquelle la mise en œuvre d'une mesure gouvernementale provoque une perte sèche.

Synthèse : Complétez le schéma avec les expressions suivantes : augmentation, moins efficace, monopole d'innovation, monopole naturel, baisse, monopole institutionnel.



II- L'oligopole.

A- Une situation d'oligopole.

Document 5.

L'entreprise américaine de produits agricoles Archer Daniels Midland (ADM) aime se présenter comme le « supermarché du monde ». Le 25 octobre 1993, des représentants d'ADM et de son concurrent japonais Ajinomoto se rencontrèrent à l'hôtel Marriott d'Irvine en Californie pour discuter du marché de la lysine, un additif utilisé dans les aliments pour animaux. (...) Lors de cette réunion, et les suivantes, les deux compagnies s'entendirent avec plusieurs autres concurrents pour fixer des cibles de prix de marché pour la lysine. Chaque compagnie accepta de limiter sa production de manière à atteindre ces objectifs. (...) Ce que les participants à cette réunion ne savaient pas est que (...) le FBI avait caché des micros dans la pièce et était en train de filmer avec une caméra cachée dans une lampe. (...) Bien que beaucoup de ce que nous avons appris à propos de la concurrence parfaite et du monopole soit pertinent pour l'oligopole, l'oligopole pose également des problèmes entièrement nouveaux. Entre autres choses, les firmes en oligopole sont souvent tentées d'adopter le type de comportement qui amena ADM, Ajinomoto et d'autres producteurs de lysine à avoir des problèmes avec la justice. Au cours des années récentes, il y a eu un certain nombre d'enquêtes et certaines condamnations pour manipulation de prix dans divers secteurs, des assurances aux ascenseurs en passant par les puces d'ordinateurs. Par exemple en 2010, l'Union européenne (...) a condamné 10 compagnies aériennes à près d'un milliard d'euros d'amende pour avoir manipulé les prix du fret aérien. (...) Bien que la lysine soit un marché de plusieurs milliards de dollars, ça n'est pas un produit familier pour les consommateurs. Mais beaucoup de biens et services familiaux sont offerts par un petit nombre de vendeurs en concurrence (...). Par exemple, partout dans le monde, beaucoup de destinations aériennes sont desservies par seulement deux ou trois compagnies.

Source : Paul Krugman et Robin Wells, **Microéconomie**, De Boeck, 2013, p°672 - 674

Question 1 : A partir de l'exemple de la production de Lysine, proposez une définition d'un oligopole ?

Question 2 : Expliquez pourquoi chacun des secteurs suivants est en situation d'oligopole et non pas en concurrence parfaite.

- Le secteur du pétrole, où quelques pays à proximité du golfe persique contrôlent la plupart des réserves mondiales de pétrole.
- Le secteur des microprocesseurs où deux entreprises, Intel son concurrent AMD, dominent la technologie.
- Le secteur des avions civils gros porteurs, composé de l'entreprise américaine Boeing et de l'entreprise européenne Airbus, où la production est caractérisée par des coûts fixes extrêmement élevés.

Question 3 : Pourquoi les producteurs de Lysine ont-ils eu des problèmes avec la justice ?

Question 4 : Dans quelle mesure, dans une situation d'oligopole, les offreurs peuvent-ils exercer une influence sur les quantités produites et donc sur les prix ?

Question 5 : Qualifiez le pouvoir de marché d'un offreur sur un marché concurrentiel, sur un marché en situation de monopole et sur un marché oligopolistique.

Question 6 : Quelles stratégies peuvent adopter des producteurs en situation d'oligopole ?

SYNTHESE. Complétez le texte avec les expressions ou termes suivants : *profit, s'entendre, quantité produite, interdépendance, quantité, petit nombre, prix, offreurs, prix, oligopole, profit, monopole, barrières à l'entrée, élevés, concurrence.*

Un est une situation de marché dans laquelle il y a un d'offeurs confronté à un grand nombre de demandeurs. La caractéristique fondamentale des marchés oligopolistiques est l'..... des actions des différents offreurs. En effet, le du produit, la échangée sur le marché, le de chaque producteur dépendent des réactions des autres Cette situation est donc différente du monopole où le producteur choisit la , et du même coup le lui permettant de maximiser son Pour l'essentiel, un oligopole est le résultat des mêmes facteurs (.....) qui produisent une situation de , sous une forme amoindrie.

Quand il y a peu d'offeurs sur un marché, les entreprises peuvent décider de pour maintenir des prix et limiter ainsi les effets de la concurrence (pratiques illégales en Europe et aux États-Unis). La présence d'un nombre limité d'offreur sur le marché peut également conduire à une exacerbation de la (ex. Marché de la téléphonie mobile avec l'entrée de Free sur le marché).

B- Une modélisation de l'interaction des offreurs sur un marché en situation d'oligopole.

Document 6 : Une présentation du dilemme du prisonnier.

On suspecte que deux prisonniers ont commis ensemble un délit (ce qui est effectivement le cas) et on demande à ces deux prisonniers, placés dans des cellules séparées, d'avouer. Celui qui avoue bénéficie d'un traitement plus clément. Les deux prisonniers collectivement préféreraient que personne n'avoue, mais individuellement, ils ont intérêt à avouer. En équilibre, les deux avouent.

Nous avons ici une situation très simple, qui met en scène deux joueurs : le joueur 1 (en gras) et le joueur 2. Chacun a le choix entre deux actions : la première consiste à coopérer avec l'autre joueur, la seconde consiste à adopter un comportement [non coopératif] (...). Un comportement coopératif vis-à-vis de l'autre joueur est noté C, et un comportement [non coopératif] par D. Dans chaque case de la matrice des gains, le premier gain (en gras) est celui du joueur 1 et le second celui du joueur 2. Par exemple, si le joueur 1 coopère et le joueur 2 dévie, le joueur 1 n'a rien et le joueur 2 reçoit 20. Comme le montre [la matrice], le comportement [non coopératif] rapporte un gain supplémentaire de 5 à l'individu et fait perdre 15 à l'autre, et cela quel que soit le choix de l'autre.

Chacun des joueurs connaît l'ensemble des informations contenues dans [la matrice des gains], mais il doit prendre sa décision sans observer la décision prise par l'autre. Comme on le voit bien dans la matrice des gains, collectivement les deux joueurs ont intérêt à coopérer, (jouer tous les deux C) puisque les gains obtenus sont alors de 15 chacun, soit un total de 30, qui est plus grand que dans n'importe laquelle des trois autres issues possibles du jeu (20 si les choix divergent, 10 si tous les deux ne coopèrent pas). Mais, individuellement, ils ont intérêt à adopter un comportement [non coopératif] et l'équilibre du jeu est [qu'ils ne coopèrent pas] et ne gagnent que 5. En effet, le joueur 2 gagne toujours plus en jouant D, quoi que fasse le joueur 1 : si 1 choisit C, 2 gagne 20 avec le choix D contre 15 avec le choix C ; si 1 choisit D, 2 gagne 5 avec le choix D contre 0 avec le choix C. Et il en va de même pour le joueur 1.

Ce jeu est donc particulièrement simple à analyser car il est à « stratégies dominantes », c'est-à-dire que pour prendre sa décision, un joueur n'a pas besoin d'anticiper ce que veut faire l'autre : que son adversaire choisisse C ou D, chaque joueur a intérêt à choisir la stratégie D.

		Joueur 2	
		C	D
Joueur 1	C	15 , 15	0 , 20
	D	20 , 0	5 , 5

Source : Jean Tirole, *Economie du bien commun*, PUF, Collection Quadrige, 2018, première édition 2016

Question 1 : Quelles sont les deux stratégies possibles dans ce modèle.

Question 2 : Expliquez la situation dans laquelle le gain est de 15 pour chacun des joueurs. Faites de même avec la situation dans laquelle le gain est (0,20).

Question 3 : Pourquoi dans ce modèle deux joueurs ont intérêt à ne pas adopter un comportement coopératif s'ils ne savent pas ce que l'autre joueur va faire ?

Question 4 : Quelle est la situation d'équilibre dans ce modèle si les deux joueurs ne s'entendent pas ? Est-elle collectivement la meilleure situation ?

Question 5 : Dans une situation d'oligopole et selon ce modèle, les producteurs ont-ils intérêt à coopérer ou à ne pas coopérer ?

IV- Le contrôle de la concurrence.

Document 7.

L'Autorité de la concurrence

Autorité administrative indépendante créée en 2009 (succédant au Conseil de la concurrence, créé en 1986), l'Autorité de la concurrence est chargée de garantir le bon fonctionnement de la concurrence sur le marché en remplissant trois missions complémentaires : sanction des pratiques anticoncurrentielles, contrôle des opérations de concentrations et recommandations publiques pour améliorer le fonctionnement des marchés. (...) L'Autorité sanctionne les infractions commises par les entreprises et qui nuisent à une concurrence "à armes égales" entre elles : ententes et abus de positions dominantes. L'Autorité contrôle (aussi) les opérations de concentrations. Son rôle consiste à donner un "feu vert", "feu orange" (autorisation sous conditions) ou, très exceptionnellement, un "feu rouge" aux opérations de rachat ou de fusions d'entreprises, en amont de leur réalisation. L'objectif de ce contrôle a priori est d'éviter le renforcement de positions dominantes ou des atteintes à la concurrence (...)

La concurrence

La concurrence désigne le processus par lequel les entreprises rivalisent entre elles sur le marché pour satisfaire au mieux les attentes des clients, entreprises comme consommateurs. Le processus de rivalité prend différentes formes : les entreprises peuvent s'affronter par les prix (...); les entreprises peuvent également tenter de se différencier les unes des autres par l'innovation (...).

Comme la concurrence est un processus, il est possible qu'à un moment donné une entreprise se retrouve avec une forte part de marché, dès lors qu'elle a su, par ses mérites, satisfaire mieux que les autres les attentes des clients. Mais cette situation doit pouvoir être remise en cause par des concurrents qui seraient plus innovants ou plus efficaces, qu'ils soient déjà présents sur le marché ou nouveaux entrants.

Pour s'assurer que cette lutte entre entreprises se déroule à armes égales et selon les mérites propres de chacun, il est nécessaire de fixer des règles du jeu. Tel est précisément le rôle de la politique de concurrence, qui ne vise pas à protéger certains concurrents en particulier, fussent-ils de petite taille, mais à protéger le processus de concurrence lui-même. Par exemple, les règles du jeu concurrentiel interdisent à des entreprises concurrentes de se répartir les clients ou de fixer des prix de manière concertée dans le but de supprimer toute rivalité entre elles (comportement d'entente).

De même, une entreprise en position dominante a certaines responsabilités. Elle ne peut mettre en œuvre à son avantage certains comportements, tels que des pratiques tarifaires (...) ayant pour effet réel ou potentiel d'exclure des concurrents du marché, ou encore des pratiques de dénigrement des concurrents (abus de position dominante)

Position dominante

Qu'est-ce qu'une entreprise en position dominante ?

Il s'agit d'une entreprise qui a acquis une position si forte sur le marché qu'elle peut élaborer sa stratégie commerciale en faisant abstraction, dans une certaine mesure, de la pression exercée par ses concurrents. (...) En tant que telle, la position dominante ne constitue en rien une infraction au droit de la concurrence.

Qu'est-ce qu'un abus de position dominante ?

Contrairement aux ententes, qui sont des pratiques collectives, les abus de position dominante sont en général des pratiques unilatérales émanant d'un acteur économique qui cherche à renforcer ou étendre sa position dominante, en usant de moyens qui ne relèvent pas de la concurrence par les mérites.

Source : Autorité de la concurrence, 50 mots pour comprendre la concurrence, https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/2019-05/50_mots_concurrence.pdf

Question 1 : Quelles sont les 2 infractions sanctionnées par l'autorité de la concurrence ? Quelles sont les opérations contrôlées par cette autorité ?

Question 2 : Quel est le critère permettant de distinguer en deux groupes l'action de l'autorité de la concurrence ?

Question 3 : Quel est l'objectif de l'autorité de la concurrence ? Citez deux règles du jeu que l'autorité de la concurrence fixe.

Question 4 : Rappelez la définition d'une entente. Distinguer les concepts d'entente et d'entente illicite.

Question 5 : Distinguer une situation de position dominante d'un abus de position dominante.

Question 6 : A partir du dernier paragraphe, distinguez un abus de position dominante d'une entente.

Document 8.

L'Autorité de la concurrence exerce, depuis le 1er mars 2009, le contrôle des opérations de concentrations, compétence auparavant exercée par le ministre chargé de l'économie (réforme mise en place par la Loi de modernisation de l'économie de 2008).

Les entreprises doivent obligatoirement lui notifier, préalablement à leur réalisation, leurs opérations de fusion-acquisition et de rachat lorsque celles-ci dépassent une certaine taille. Elle est amenée à examiner régulièrement des opérations d'envergure sur renvoi de la

Commission européenne. Ce contrôle en amont de la structure du marché empêche la constitution de positions dominantes trop fortes ou de monopoles, et permet ainsi d'éviter que les fusions-acquisitions ne portent préjudice au consommateur.

À l'issue d'une phase d'examen (...), elle peut autoriser l'opération, avec ou sans conditions, ou bien l'interdire. Les conditions peuvent consister en des engagements structurels (ex : cessions d'actifs, de points de vente) ou bien comportementaux (ex : modification de conditions contractuelles, séparation comptable entre différentes activités). (...)

Si une entreprise ne respecte pas les engagements auxquels a été conditionnée une autorisation de concentration, l'Autorité peut retirer la décision autorisant la concentration, enjoindre sous astreinte aux parties d'exécuter les engagements et/ou prononcer une sanction pécuniaire.

Source : Autorité de la concurrence, 50 mots pour comprendre la concurrence, https://www.autoritedelaconcurrence.fr/sites/default/files/2019-05/50_mots_concurrence.pdf

Question 7 : Pourquoi les opérations de concentration sont-elles contrôlées ?

Question 8 : Pourquoi certaines opérations de concentration ne sont-elles pas autorisées ?

Question 9 : A partir de vos réponses aux questions précédentes, expliquez le rôle de l'autorité de la concurrence.

Question 10 : Expliquez à partir du modèle de concurrence parfaite que la lutte contre les pratiques anti-concurrentielles permet-elle d'augmenter le surplus du consommateur.

Synthèse. Complétez le texte avec les expressions ou termes suivants : *fusions-acquisitions, ententes, concurrence, producteurs, abus de position dominante, Autorité de la concurrence, prix, amont, position dominante, amendes, aval, consommateurs, politique de la concurrence, abus de position dominante.*

Pour que les agents économiques (..... et) puissent bénéficier des bienfaits de la (baisse des et grande diversité des produits notamment), il est nécessaire de maintenir un niveau suffisant de concurrence. La mise en place par les pouvoirs publics a le rôle de maintenir ce niveau de concurrence. En France, l'..... est chargée de mettre en œuvre la politique de la concurrence en appliquant le droit européen de la concurrence.

D'une part, la politique de la concurrence contrôle en les opérations de en autorisant sous-conditions ou en empêchant celles qui créent une ou qui en renforcent une, car cela est susceptible de déboucher sur un

D'autre part, la politique de la concurrence lutte en contre les pratiques anti-concurrentielles comme les et les en infligeant des

Source : D'après Krystel Respaut, Samir Slimani, <http://eloge-des-ses.com/>

Synthèse 2. Complétez le schéma avec les termes ou expressions suivants :

