

1^{re}



Spécialité

Sciences économiques & sociales

En Fiches



Le marché : institutions et concurrence

GRANDS AXES

Savoir que le marché est une institution et savoir distinguer les marchés selon leur degré de concurrence (de la concurrence parfaite au monopole).

PRINCIPALES NOTIONS À MAÎTRISER

- **Marché** : lieu d'échange, réel ou fictif, entre offreurs et demandeurs via un mécanisme d'ajustement des quantités en fonction des variations de prix.
- **Institution** : ensemble de règles qui s'imposent aux agents économiques dans le cadre du marché et qui définissent les conditions des transactions.
- **Droits de propriété** : droits de posséder et de pouvoir vendre ou acheter des produits, légalement.
- **Concurrence** : situation de compétition entre les offreurs-vendeurs. Le degré de concurrence influence le niveau des prix et de qualité des produits.
- **Concurrence pure et parfaite** : situation théorique de concurrence définie par le respect de cinq conditions simultanées. Modèle permettant de définir le degré d'imperfection de la concurrence sur différents marchés.
- **Hypothèses de concurrence pure et parfaite** : pour des agents économiques supposés parfaitement rationnels, ensemble des conditions suivantes devant être respectées simultanément : atomicité du marché, homogénéité du marché, libre entrée sur le marché, transparence de l'information, mobilité des facteurs de production.
- **Monopole** : situation de marché dans laquelle un offreur fait face à une multitude de demandeurs.
- **Oligopole** : situation de marché dans laquelle quelques offreurs font face à une multitude de demandeurs.

PROBLÉMATIQUE

Pourquoi les institutions sont-elles indispensables à l'existence et au fonctionnement des marchés ? Comment permettent-elles de les distinguer selon leur degré de concurrence ?

SYNTHÈSE DU COURS

1. Qu'est-ce qu'un marché ?

Un marché est un lieu d'échange, réel ou fictif, entre offreurs et demandeurs. Les offreurs sont les producteurs-vendeurs et les demandeurs sont les acheteurs. Sur un marché, quel qu'il soit, se fixe un prix auquel se réalisent des transactions. Il y a autant de marchés que de biens et services marchands.

Un marché est un ensemble de mécanismes d'ajustement entre les décisions d'offre des uns et les décisions de demande des autres, qui permet les échanges et, *in fine*, la satisfaction des besoins.

Les prix représentent les conditions dans lesquelles les individus et les firmes acceptent d'échanger sur les marchés de biens et services, sur les marchés de facteurs de production... Le marché permet de satisfaire les besoins des demandeurs solvables exclusivement.

Un marché est un ensemble de mécanismes de coordination de décisions décentralisées qui va permettre la convergence entre le bien-être individuel, fondé sur des décisions plus ou moins rationnellement égoïstes, et le bien-être collectif, non intentionnellement recherché.

2. Un marché est un ensemble d'institutions : les droits de propriété sont incontournables

Un marché est un ensemble d'institutions, au sein desquelles les droits de propriété jouent un rôle fondamental. Un marché ne peut fonctionner sans institutions.

Les institutions économiques désignent un ensemble de règles qui s'imposent aux individus dans le cadre du marché et qui définissent les conditions des transactions. Ces règles sont souvent des lois ou des règlements.

Donc, le libre-échange n'est pas aussi libre que cela. Le libre-échange existe au sens où on peut faire des choix, mais ces choix sont d'abord encadrés, contraints par des règles. Les règles du jeu favorisent l'ordre et le bon déroulement du jeu économique marchand pour l'ensemble des joueurs.

Les droits de propriété sont consubstantiels à l'existence d'un marché. Un marché a d'abord besoin de droits de propriété car, très concrètement, sur un marché on échange des droits de propriété.

Ceux-ci rendent possibles les échanges marchands. Aucun marché ne peut fonctionner sans droits de propriété. En effet, il n'est pas possible de vendre ce qui ne nous appartient pas, ni d'acheter à autrui ce qui ne lui appartient pas.

Ces droits de propriété ne sont pas des données de la nature, il faut les instituer. Ainsi, avec le développement des technologies de l'information et de la communication (TIC), les internautes se sont mis à échanger spontanément de la musique, des films en *peer to peer*, et ce n'était pas illégal. Il n'existait pas de lois pour empêcher ou encadrer ce nouveau type d'échanges.

Attention : le marché n'est pas le capitalisme

Le marché est un système d'échanges. Le capitalisme est un système de propriété privée des moyens de production qui permet l'accumulation de capital par quelques-uns au détriment du plus grand nombre et qui fonctionne d'autant mieux que, sur les marchés, la concurrence est imparfaite.

3. De la concurrence pure et parfaite à la concurrence imparfaite

La concurrence désigne une situation de compétition entre entreprises qui les conduit à conquérir des parts de marché au détriment des concurrents effectifs et à rendre plus difficile l'entrée de concurrents potentiels.

Afin de mieux comprendre les conditions de fonctionnement des différents marchés, la théorie économique propose le modèle de marché de concurrence pure et parfaite (CPP). À l'aune de celui-ci, tous les autres modèles de marché de concurrence imparfaite peuvent être définis.

Pour qu'un marché fonctionne selon les mécanismes de l'offre et de la demande, il doit être conforme aux principes de la CPP, qui constituent une référence pour présenter et expliquer toutes les situations de marché concrètes, réelles.

Les mécanismes du marché fonctionnent parfaitement si les cinq conditions de CPP sont réunies simultanément. Dans tous les autres cas, dès qu'une seule des conditions n'est pas remplie, les mécanismes du marché fonctionnent imparfaitement ou pas du tout.

A. Le modèle de marché de concurrence pure et parfaite (CPP)

En 1954, Kenneth Arrow et Gérard Debreu ont publié un article dans lequel ils ont finalisé le modèle de marché de CPP dont les conditions sont :

- l'atomicité du marché : marché sur lequel les offreurs et demandeurs n'influencent pas le prix. Il y a atomicité quand il y a un très grand nombre d'offeurs et de demandeurs qui sont tous très petits par rapport au marché global. Ils sont tous « *price takers* » ou « preneurs de prix ».
- l'homogénéité du marché : un marché sur lequel les produits échangés sont identiques et donc substituables. Seul le prix peut les distinguer ! Il n'y a aucune différenciation par la qualité, le design...
- la libre entrée sur le marché : un marché sur lequel n'importe quel concurrent potentiel peut entrer facilement. Les coûts d'entrée et de sortie ne sont pas des barrières infranchissables, il n'y a pas d'obstacles. Les firmes déjà présentes ne peuvent s'opposer à l'arrivée de nouveaux entrants en instaurant des barrières tarifaires, administratives, ou techniques.
- la transparence de l'information : lorsque tous les offreurs et tous les demandeurs sont parfaitement informés (libre accès à l'information) sur les conditions du marché (prix, homogénéité des produits...), et sont capables de traiter l'information parfaitement pour prendre des décisions.
- la mobilité des facteurs de production : elle est complète quand les facteurs de production peuvent s'orienter vers d'autres marchés, d'autres activités sans freins divers. Les facteurs de production sont parfaitement mobiles et peuvent se déplacer d'une industrie à l'autre. La main-d'œuvre et le capital productif peuvent se diriger spontanément vers d'autres marchés sans délais ni coûts.

B. Le fonctionnement des marchés réels : la concurrence imparfaite

Les imperfections de la concurrence sur les marchés désignent des situations où les mécanismes de l'offre et de la demande fonctionnent mal et aboutissent à des équilibres non optimaux (selon le critère du surplus).

Des politiques de concurrence sont indispensables pour rétablir et maintenir un degré suffisant de concurrence afin de rendre l'économie plus efficace.

Les économistes proposent une typologie des situations de concurrence imparfaite (CI). Deux cas typiques et extrêmes retiennent davantage l'attention : le monopole et l'oligopole.

Ces deux types de structures de marché remettent en question l'atomicité et favorisent l'émergence d'un pouvoir de marché, des situations de *price makers* aux antipodes de la situation de *price taker*, caractéristique fondamentale d'un marché en CPP.

Le monopole est une situation dans laquelle un seul offreur est en position d'exclusivité pour la production d'un bien ou service offert à un grand nombre d'acheteurs.

C'est le cas en France de la gestion du réseau ferroviaire, attribuée à SNCF Réseau. En Afrique du Sud, De Beers contrôlait 90 % de la commercialisation mondiale du diamant dans les années 1980 et disposait donc d'un grand pouvoir de marché. Sa position de *price maker* pouvait l'aider à éliminer ses petits concurrents.

L'oligopole désigne un marché où quelques offreurs font face une multitude de demandeurs. Les quelques offreurs se font rarement concurrence, car une guerre des prix serait un jeu perdant-perdant. Ce choix leur confère un pouvoir de marché partagé.

Les cas sont très nombreux. Il y a les marchés des sodas (aux États-Unis : Coca-Cola avec 50 % du marché, PepsiCo avec 20 %...), des eaux minérales, des eaux pétillantes, des opérateurs de services de téléphonie mobile, de la distribution de carburant, des constructeurs automobiles, des fabricants de smartphones (Apple, Samsung, Huawei...). Les fabricants de systèmes d'exploitation : en 2016, Windows (79 % du marché), OS X (17 %), Linux (4 %).

C. La concurrence monopolistique : innovation et différenciation

La concurrence monopolistique correspond à une situation de quasi-monopole et doit permettre d'augmenter le pouvoir de marché de l'entreprise en s'appuyant sur une stratégie de différenciation des produits.

La concurrence est donc imparfaite, relativement à l'hypothèse d'homogénéité sur un marché, car la différenciation va affaiblir le signal prix.

Il en est ainsi, sur de très nombreux marchés : automobile, ordinateur, télévision, smartphone, réfrigérateur... Il devient très difficile pour le demandeur de disposer d'une information suffisante et claire pour établir un rapport qualité/prix pertinent, afin de faciliter les arbitrages en réduisant les coûts d'opportunité.

L'essentiel à mémoriser

► IDÉES-CLÉS

- Les agents économiques échangent sur différents marchés car ils se spécialisent dans certaines productions et bénéficient d'un gain à l'échange.
- Un marché est un lieu d'échange, réel ou fictif, entre offreurs et demandeurs, sur lequel un prix se fixe et détermine le niveau des transactions.
- Un marché est un ensemble d'institutions (lois ou règlements). Les droits de propriété sont fondamentaux ; sur un marché on échange des droits de propriété.
- La concurrence désigne une situation de compétition entre entreprises qui cherchent à accroître leurs parts de marché au détriment des concurrents.
- La concurrence pure et parfaite est une situation théorique permettant de définir le degré d'imperfection de la concurrence sur différents marchés.
- Le fonctionnement des marchés réels est caractérisé par diverses imperfections de la concurrence. Les deux principaux types de concurrence imparfaite sont le monopole (un seul offreur face à un grand nombre d'acheteurs) et l'oligopole (quelques offreurs face une multitude de demandeurs).

► CHIFFRES CLÉS

L'Autorité de la concurrence publie depuis 2018 une évaluation globale de son action en prenant en compte le montant des sanctions infligées aux entreprises, et les gains pour l'économie résultant de la cessation des comportements anticoncurrentiels. L'impact sur l'économie (bénéfice global généré par l'action de l'Autorité de 2011 à 2019) est estimé à 15,3 milliards d'euros (sanctions prononcées et surcoût évité pour l'économie).

POUR ALLER PLUS LOIN...

- **Un livre :** Laurent Braquet, David Mourey, *Économie : Principes fondamentaux*, 2019, De Boeck Supérieur ; chapitre 7 : « Les rouages fondamentaux du marché et ses limites, » pages 149-184.
- **Un site :** celui de l'Autorité de la concurrence : <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr>
Textes de référence : Ensemble des textes nationaux et communautaires que l'Autorité de la concurrence applique : <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/textes-de-reference>

Le marché concurrentiel

GRANDS AXES

Savoir interpréter des courbes d'offre et de demande ainsi que leurs pentes, et comprendre comment leur confrontation détermine l'équilibre sur un marché de type concurrentiel où les agents sont preneurs de prix.

PRINCIPALES NOTIONS À MAÎTRISER

- **Offre** : relation entre prix et quantité offerte d'un produit. Pour chaque prix, il existe une quantité offerte.
- **Demande** : relation entre prix et quantité demandée d'un produit. Pour chaque prix, il existe une quantité demandée.
- **Quantité offerte** : quantité vendue, attendue ou réalisée, d'un produit à un prix donné.
- **Quantité demandée** : quantité achetée, attendue ou réalisée, d'un produit à un prix donné.
- **Prix** : valeur marchande d'un produit, fonction des écarts entre quantité offerte et demandée, ainsi que des variations de l'offre et de la demande.
- **Courbe d'offre** : représentation graphique de la fonction d'offre, de la relation, le plus souvent croissante, entre prix et quantité offerte.
- **Courbe de demande** : représentation graphique de la fonction de demande, de la relation, le plus souvent décroissante, entre prix et quantité demandée.
- **Loi de l'offre et de la demande** : mécanisme d'ajustement (confrontation et équilibrage par tâtonnement) des quantités offertes et demandées en fonction des variations de prix.
- **Équilibre (comptable) du marché** : situation d'égalité entre quantité offerte et demandée au niveau du prix d'équilibre.

PROBLÉMATIQUE

Comment se fixent les prix et les quantités échangées sur un marché ?

SYNTHÈSE DU COURS

1. Courbe d'offre et déplacement le long de la courbe

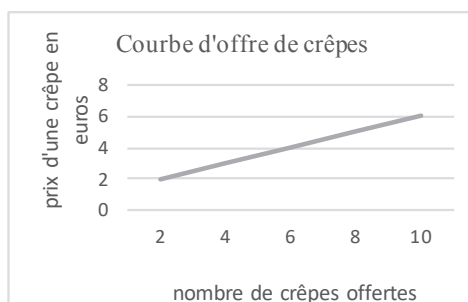
La courbe d'offre ou fonction d'offre représente, toutes choses égales par ailleurs (*ceteris paribus*), la relation entre prix et quantité offerte.

On raisonne *ceteris paribus*, car on cherche à isoler l'effet des variations du prix sur la quantité offerte d'un bien donné des autres déterminants de cette quantité.

Graphique 1 : la relation d'offre et la courbe d'offre

p	Qo
2	2
3	4
4	6
5	8
6	10

Ceteris paribus
 (↑ prix => ↑ Qo)
 et
 (↓ prix => ↓ Qo)



Notez bien que le long de la courbe, donc *ceteris paribus*, la causalité va de la variation du prix (Δp) à la variation de la quantité offerte (Q_o) : ($\Delta \text{prix} \rightarrow \Delta Q_o$).

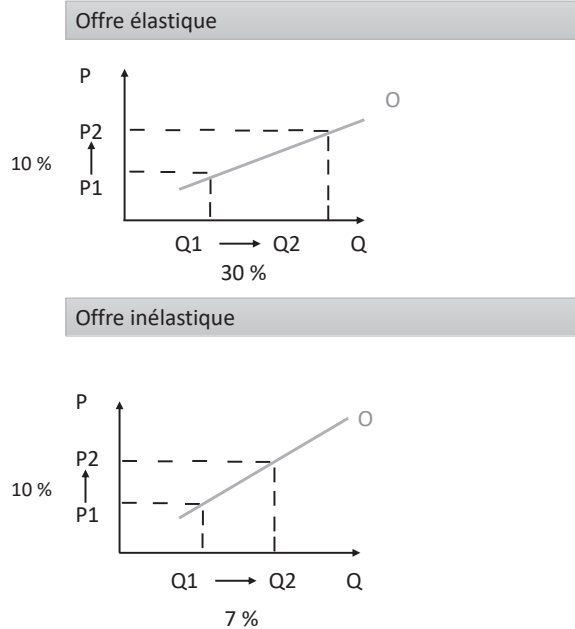
Lorsqu'on se déplace le long d'une courbe d'offre, la quantité offerte d'une marchandise varie dans le même sens que la variation de son prix. *Ceteris paribus*, lorsque le prix d'un bien augmente, la quantité offerte augmente et lorsque le prix d'un bien diminue, la quantité offerte diminue.

L'offre du marché ou offre agrégée est égale à la somme des offres individuelles.

Élasticité de l'offre par rapport au prix et pente de la courbe d'offre

L'élasticité de l'offre d'un bien par rapport aux variations du prix de celui-ci désigne la sensibilité de la quantité offerte aux variations du prix.

Graphique 2 : la pente de courbe d'offre et l'élasticité prix



Quand une variation donnée du prix entraîne une plus forte variation de la quantité offerte, on dit que l'offre est élastique, sensible. La courbe sera peu pentue et plus plate.

En revanche, quand une variation donnée du prix entraîne une plus faible variation de la quantité offerte, on dit que l'offre est peu élastique, sensible. La courbe d'offre sera plus pentue.

2. Courbe de demande et déplacement le long de la courbe

La courbe de demande ou fonction de demande représente, toutes choses égales par ailleurs, la relation entre prix et quantité demandée.

On raisonne *ceteris paribus*, car on cherche à isoler l'effet des variations du prix sur la quantité demandée d'un bien des autres déterminants de cette quantité.