

	Programme Officiel BO	Notions associées possibles
<p><b>Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?</b></p> <p><i>NB : Ce thème ne peut être abordé qu'après avoir étudié le questionnement sur le thème : Comment un marché concurrentiel fonctionne-t-il ?</i></p>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comprendre</b>, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (nombre limité d'offres, ententes et barrières à l'entrée).</li> </ul>	Pouvoir de marché Ententes Barrières à l'entrée
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comprendre</b> que le monopole est faiseur de prix et <b>être capable de donner des exemples</b> de monopoles (monopole naturel, institutionnel et d'innovation).</li> </ul>	Faiseur de prix Monopole naturel Monopole institutionnel Monopole d'innovation
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comprendre</b>, à l'aide de représentations graphiques et/ou d'un exemple chiffré, que l'équilibre du monopole n'est pas efficace.</li> </ul>	Limites du Monopole
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comprendre</b> ce qu'est un oligopole et, à l'aide du dilemme du prisonnier, montrer pourquoi les firmes en oligopole ont intérêt à former des ententes.</li> </ul>	Oligopole Ententes
	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <b>Comprendre</b> 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>	Politique de la concurrence Abus de position dominante Surplus du consommateur

DOCUMENT

## I / Les imperfections du marché concurrentiel

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible du programme
<ul style="list-style-type: none"> <li>« Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché (nombre limité d'offreurs, ententes et barrières à l'entrée) »</li> <li>Comprendre ce qu'est un oligopole et, à l'aide du dilemme du prisonnier, montrer pourquoi les firmes en oligopole ont intérêt à former des ententes. »</li> </ul>	Pouvoir de marché - barrière à l'entrée - ententes	<p>Il s'agit de montrer en quoi la concurrence n'est pas la règle de structure de marché.</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- Il s'agit alors de montrer comment caractériser les autres structures de marché notamment liées au nombre d'offreurs : Oligopole et monopole.</li> <li>- Le nombre d'offreurs déterminera un pouvoir de marché.</li> <li>- Le pouvoir de marché est organisé alors par des barrières à l'entrée et des ententes.</li> </ul>

### 1.1. Les différentes situations de marchés

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
<ul style="list-style-type: none"> <li>Comprendre ce qu'est un oligopole</li> <li>Être capable de donner des exemples de monopoles</li> </ul>	Monopole Oligopole Concurrence imparfaite	<ul style="list-style-type: none"> <li>➤ Il s'agit d'illustrer par des exemples simples les situations de concurrence imparfaite.</li> <li>➤ On illustrera par des exemples les situations de monopole et ou d'oligopole.</li> </ul>

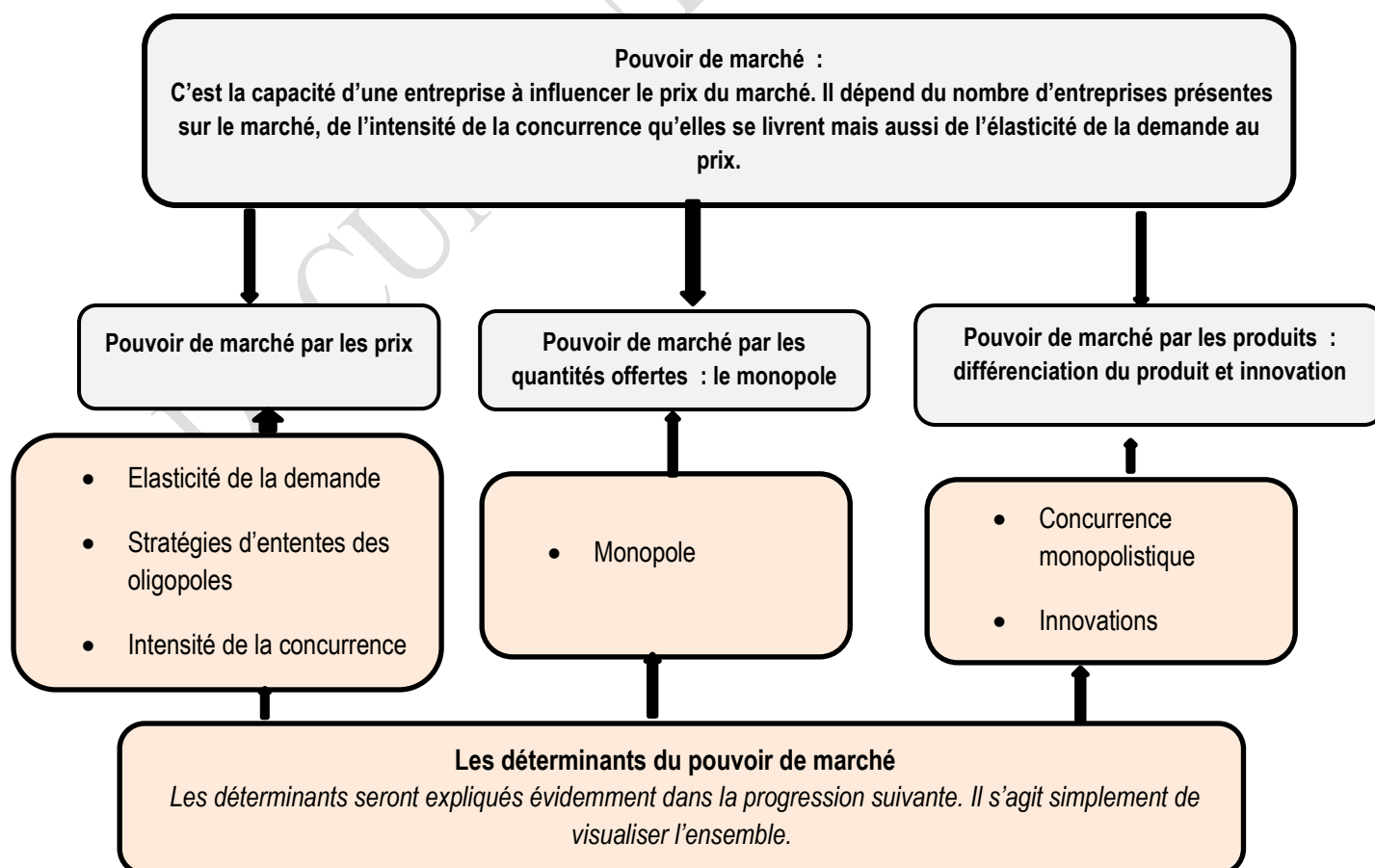
Activités	Nature du document	Editions	Sources autres
Document 2 p 40	Graphique « Smartphone »	Magnard	
Document 1 p 36	Graphique « Voiture électrique »	Bordas	
Document 1 p 38	Graphique « Smartphones »	Hachette	

## Synthèse

	Nombre de vendeurs		
	<i>Un</i>	<i>Un petit nombre</i>	<i>Un grand nombre</i>
<i>Biens homogènes</i>	<b>Monopole</b>	<b>Oligopole</b>	<b>Concurrence parfaite</b>
<i>Biens différenciés</i>			<b>Concurrence monopolistique</b>

### 1.2 Pouvoir de marché

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
« Comprendre, à l'aide d'exemples, les principales sources du pouvoir de marché. »	<i>Le pouvoir de marché est la capacité d'une entreprise à influencer le prix du marché. Il dépend du nombre d'entreprises présentes sur le marché, de l'intensité de la concurrence qu'elles se livrent mais aussi de l'élasticité de la demande au prix.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• <i>Il s'agit simplement ici de définir la notion de pouvoir de marché.</i></li> <li>• <i>Il s'agit de montrer en quoi la concurrence n'est pas la règle de structure de marché.</i></li> </ul>



## II / Pouvoir de marché en situation de monopole

### 2.1. Monopole faiseur de prix

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
<i>Comprendre que le monopole est faiseur de prix.</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faiseur de prix</li> <li>• Monopole</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il s'agit de montrer tout d'abord que la situation de monopole procure un pouvoir de marché en tant que faiseur de prix.</li> </ul>

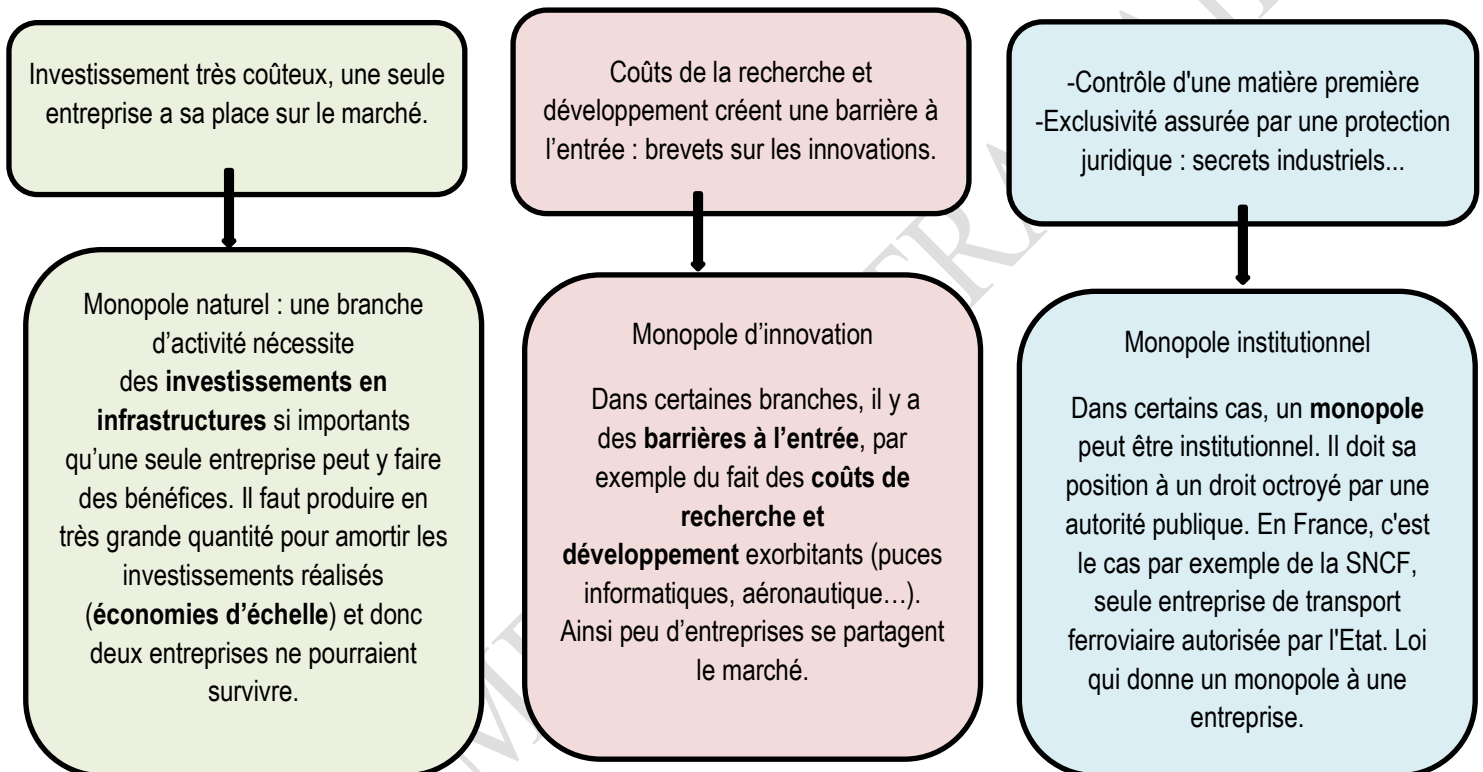
Activités	Nature du document	Editions	Sources autres
Document 1 p 44	Texte distribution du Gaz	Magnard	
Document 3 p 38	Texte SNCF	Bordas	
Document 1 p 36	Texte + graphique	Hachette	

### 2.2. Les différentes origines des situations de monopole

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
<i>Comprendre que le monopole est faiseur de prix et être capable de donner des exemples de monopoles (monopole naturel, institutionnel et d'innovation).</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Faiseur de prix</li> <li>• Monopole naturel</li> <li>• Monopole institutionnel</li> <li>• Monopole d'innovation</li> </ul>	<ul style="list-style-type: none"> <li>• Il s'agit tout d'abord de montrer l'existence de barrières à l'entrée naturelles sur certains types de marchés.</li> <li>• On montrera aussi la possibilité d'existence de barrières à l'entrée légalement construites.</li> </ul>

Activités	Nature du document	Editions	Sources autres
Document 2 p 4 et 3 p 45	Photos et tableau	Magnard	
Document 2 p 40	Schéma	Bordas	
Document 3 p 35	Schéma	Hachette	

## Synthèse

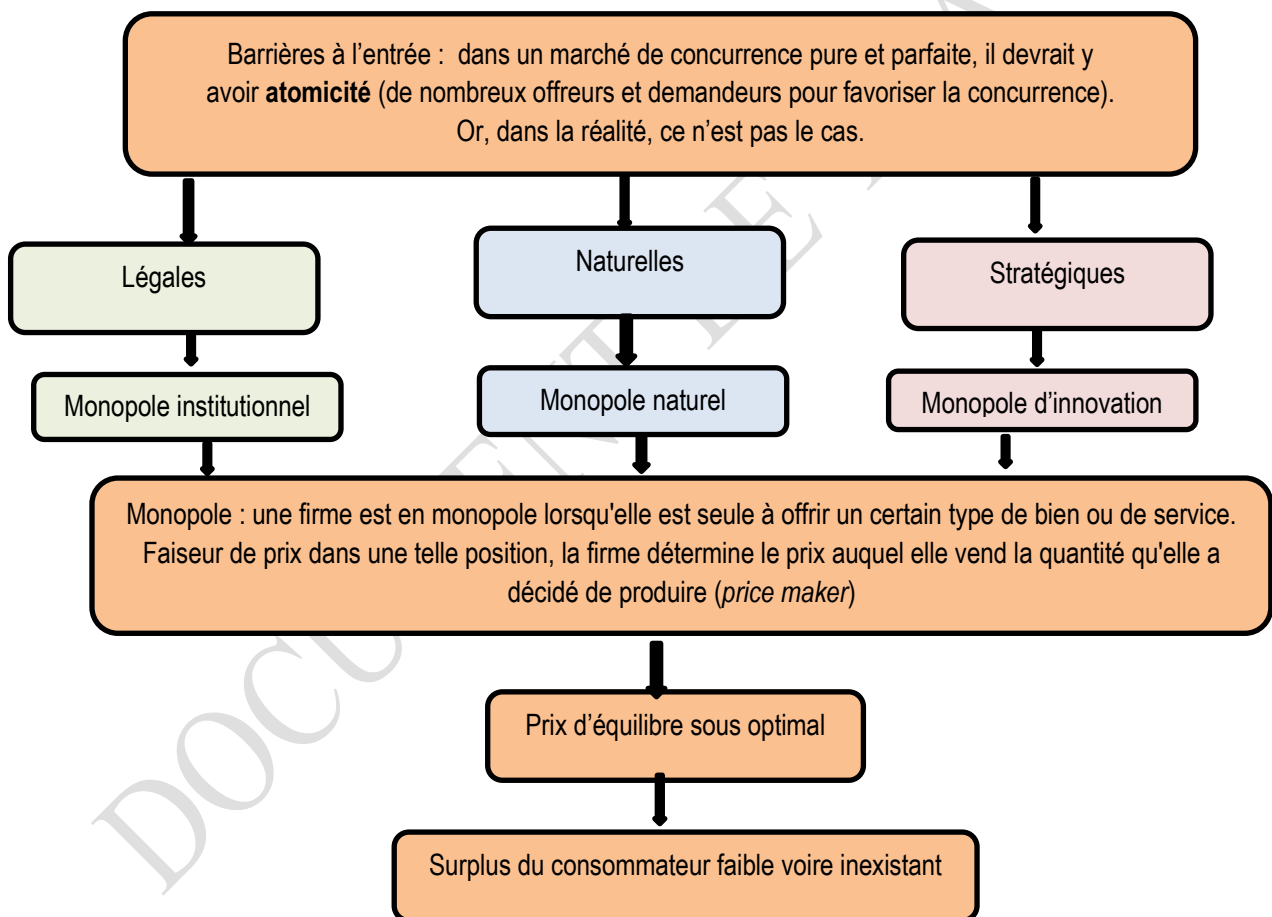


### 2.3. Limites du monopole

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
Comprendre, à l'aide de représentations graphiques et/ou d'un exemple chiffré, que l'équilibre du monopole n'est pas efficace.	Prix d'équilibre Surplus du consommateur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il s'agit de montrer que la position de monopole sur un marché oblige à un équilibre de marché sous optimal pour le consommateur avec un moindre surplus possible qu'en situation de concurrence.</li> </ul>

Activités	Nature du document	Editions	Sources autres
Document 1 p 46	Graphique + texte	Magnard	
Document 3 p 39 4 p 39	Graphique + Schéma	Bordas	
Document 4 p 37	Graphique + tête	Hachette	

### Synthèse générale sur la situation de monopole



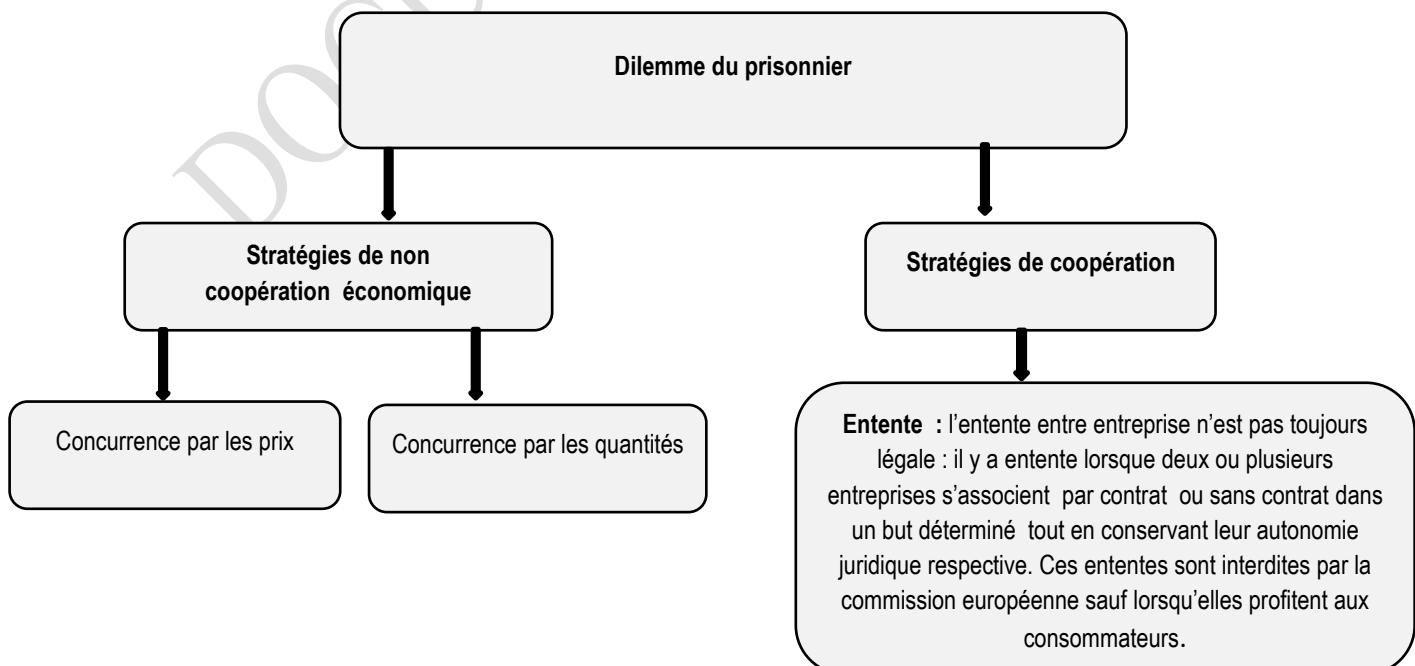
### III / Comment les oligopoles s'organisent-ils pour créer un pouvoir de marché ?

#### 3.1. Stratégies d'entente

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
« A l'aide du dilemme du prisonnier, montrer pourquoi les firmes en oligopole ont intérêt à former des ententes ».	Oligopole Ententes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il s'agit de montrer à partir d'un exemple simple au choix de montrer l'intérêt de la stratégie d'entente dans un marché oligopolistique dont on a déjà défini les contours précédemment</li> </ul>

Activités	Nature du document	Editions	Sources autres
Document 1 p 46	Exercice	Magnard	
Document 2 p 42 Document 3 p 43	Exercice	Bordas	
Document 3 p 39	Exercice	Hachette	

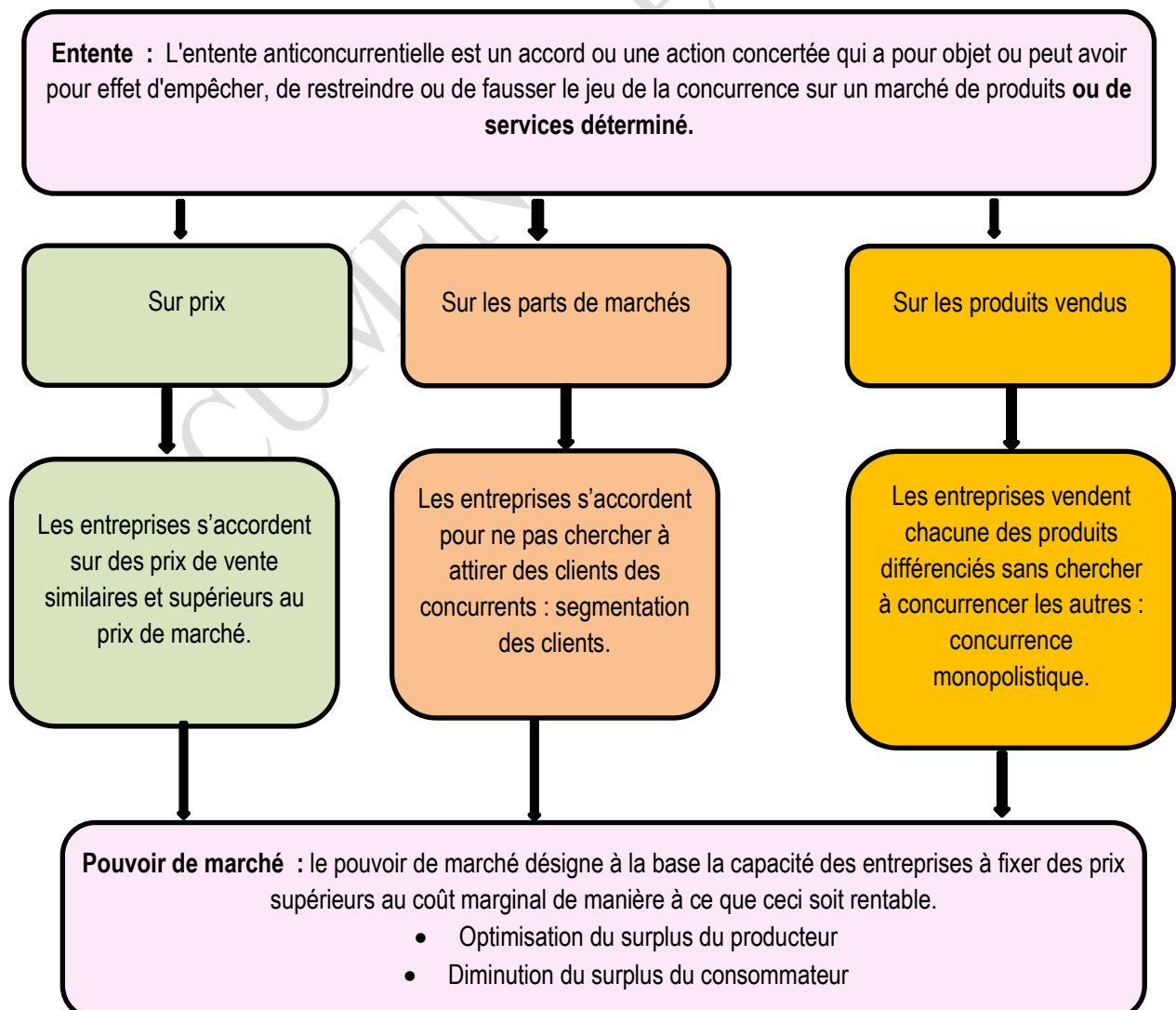
#### Schéma de synthèse possible



### 3.2. Les différentes formes d'entente

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
« A l'aide du dilemme du prisonnier, montrer pourquoi les firmes en oligopole ont intérêt à former des ententes ».	Oligopole Ententes	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il s'agit de montrer comment peuvent s'organiser les ententes.</li> </ul>

Activités	Nature du document	Editions	Sources autres
Document 2 p 49 Document 3 49	Texte	Magnard	
Document 4 p 43	Schéma	Bordas	
Document 4 p 39	Texte	Hachette	





## IV / La politique de la concurrence pour faire face au pouvoir de marché

### 4.1. La politique de la concurrence lutte contre les ententes

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
<i>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.</i>	<i>Politique de la concurrence Ententes Fusions acquisitions</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>Il s'agit de montrer comment la politique de la concurrence lutte contre les ententes au travers des amendes et le rôle de l'autorité de Concurrence, et de fait la politique de la concurrence.</li></ul>

Activités	Nature du document	Editions	Source autres
Document 1 p 52	Texte	Magnard	
Document 1 p 44	Schéma	Bordas	
Document 1 p 40	Texte	Hachette	

### 4.2. La politique de la concurrence lutte contre les abus de position dominante

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
<i>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.</i>	<i>Abus de position dominante Surplus du consommateur</i>	<ul style="list-style-type: none"><li>Il s'agit d'illustrer l'abus de position dominante.</li></ul>

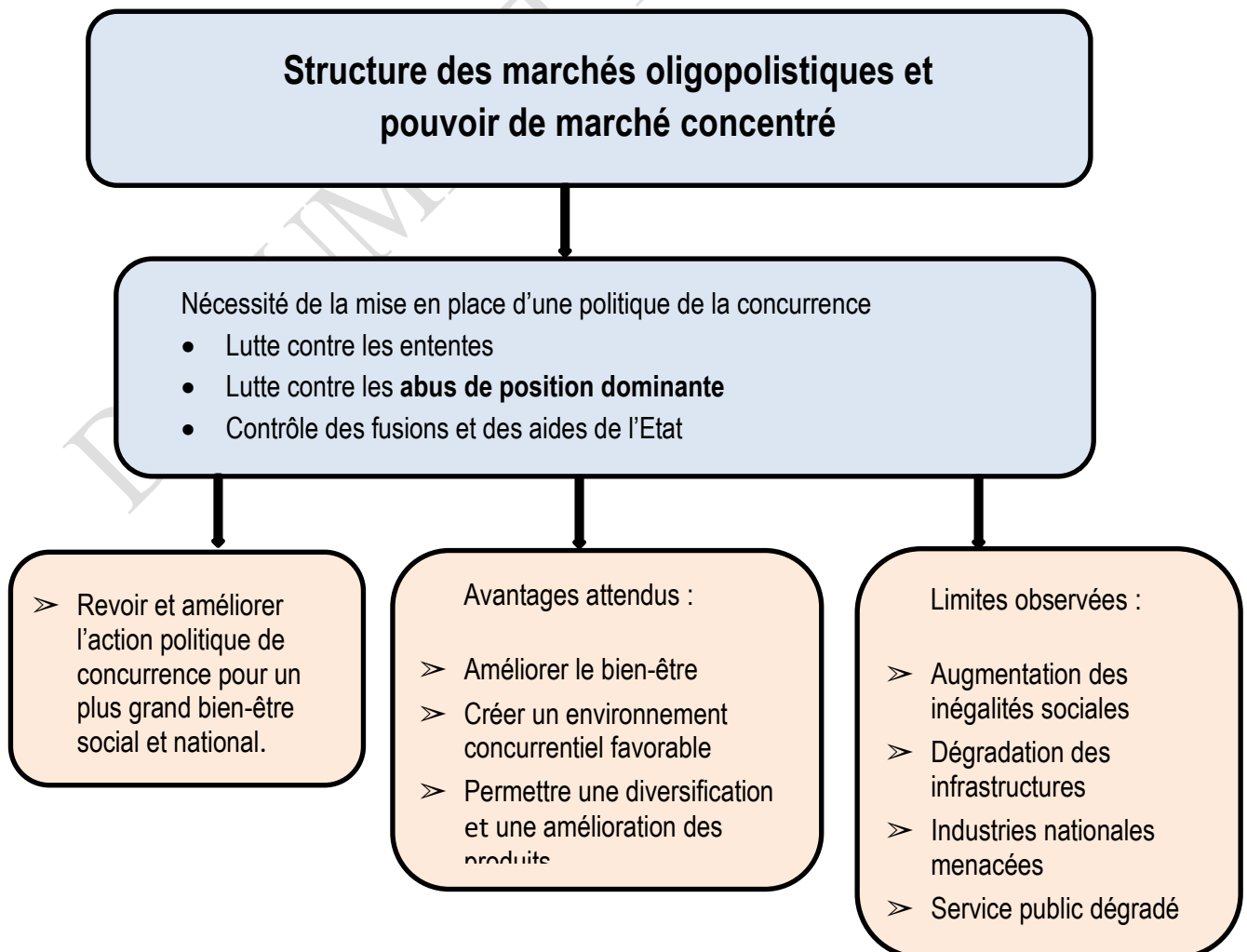
Activités	Nature du document	Editions	Source autres
Document 2 p 52	Texte	Magnard	
Document 2 p 44	Texte	Bordas	
Document 2 p 40	Dessin	Hachette	

### 4.3. La nécessité de politique de concurrence pour le consommateur.

Objectifs programme officiel	Notions associées	Lecture possible
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.	Concurrence et Surplus du consommateur	<ul style="list-style-type: none"> <li>Il s'agit d'illustrer simplement la perte du surplus du consommateur</li> <li>On insistera sur le rôle des autorités publiques et sur leurs limites</li> </ul>

Activités	Nature du document	Editions	Sources autres
Document 1 p 54	Texte	Magnard	
Document 3 p 45	Texte	Bordas	
Document 4 p 41	Graphique	Hachette	

### Quelles politiques de la concurrence ?



## SYNTHESE GENERALE :

### Comment les marchés imparfaitement concurrentiels fonctionnent-ils ?

