www.students.ma

AXE 1 : LES REGIMES DE MARCHE

Les régimes théoriques

La concurrence pure et parfaite (CPP)

Le marché de la concurrence pure et parfaite est un modèle théorique imaginé par les théoriciens pour justifier les bienfaits de la concurrence et légitimer le capitalisme naissant.

La concurrence parfaite n'existe donc pas dans la réalité, elle correspond toutefois à un schéma idéal que les économistes ont tracé.

Ce schéma idéal se caractérise par la réunion de cinq conditions : L'atomicité, l'entrée libre sur un marché, l'homogénéité, la transparence des marchés, la parfaite mobilité des facteurs

Le monopole

Le monopole simple correspond à une entreprise se trouvant seule sur le marché face à beaucoup de demandeurs.

L'entreprise en situation de monopole va donc choisir le prix et la quantité vendue qui maximisent son bénéfice :

Par rapport à la situation de CPP, le monopole assure donc une meilleure rentabilité de l'entreprise. En revanche, il n'y a pas d'incitation à abaisser les coûts de production et les prix, ce qui pénalise le consommateur.

1

2

Les régimes réels

La concurrence monopolistique

Ce marché se caractérise par la combinaison d'éléments appartenant à la CPP et au monopole.

➲ Le marché de la concurrence monopolistique est un marché concurrentiel :

→ il existe un grand nombre d'entreprises agissant de façon indépendante (atomicité du marché)

→ Ce marché n'impose aucune barrière à l'entrée ou à la sortie de concurrents (Entrée libre).

➲ Différentiation du produit : Les produits ne sont pas homogènes. Chaque entreprise propose des produits différents par la qualité, la marque, la technologie, l'emballage. Cette différentiation du produit donne au producteur un certain pouvoir de monopole et lui assure une clientèle stable, peu sensible aux variations de prix.

➲ La notion de clientèle : Dans la CPP, les rencontres des vendeurs et des acheteurs obéissent au hasard. En concurrence monopolistique, chaque vendeur dispose de sa clientèle qui exprime sa préférence.

➲ Capacité des vendeurs à fixer leurs prix librement. Toutefois, le vendeur d'un produit différencié doit tenir compte des produits des autres vendeurs, mais aussi de la demande.

L'oligopole

L'oligopole peut se définir comme l'existence d'un petit nombre de producteur en concurrence (supérieur à 1).
La plupart des marches correspondent `à cette description. Exemple : le marché des télécoms au Maroc est détenu par trois opérateurs (Maroc télécom, Méditel et Inwi)

→ Dans un oligopole, chaque producteur peut influencer individuellement les conditions du marché.

→ Dans un marché oligopolistique, une firme ne doit pas ignorer le comportement de ses concurrents et leurs réactions à ses propres décisions

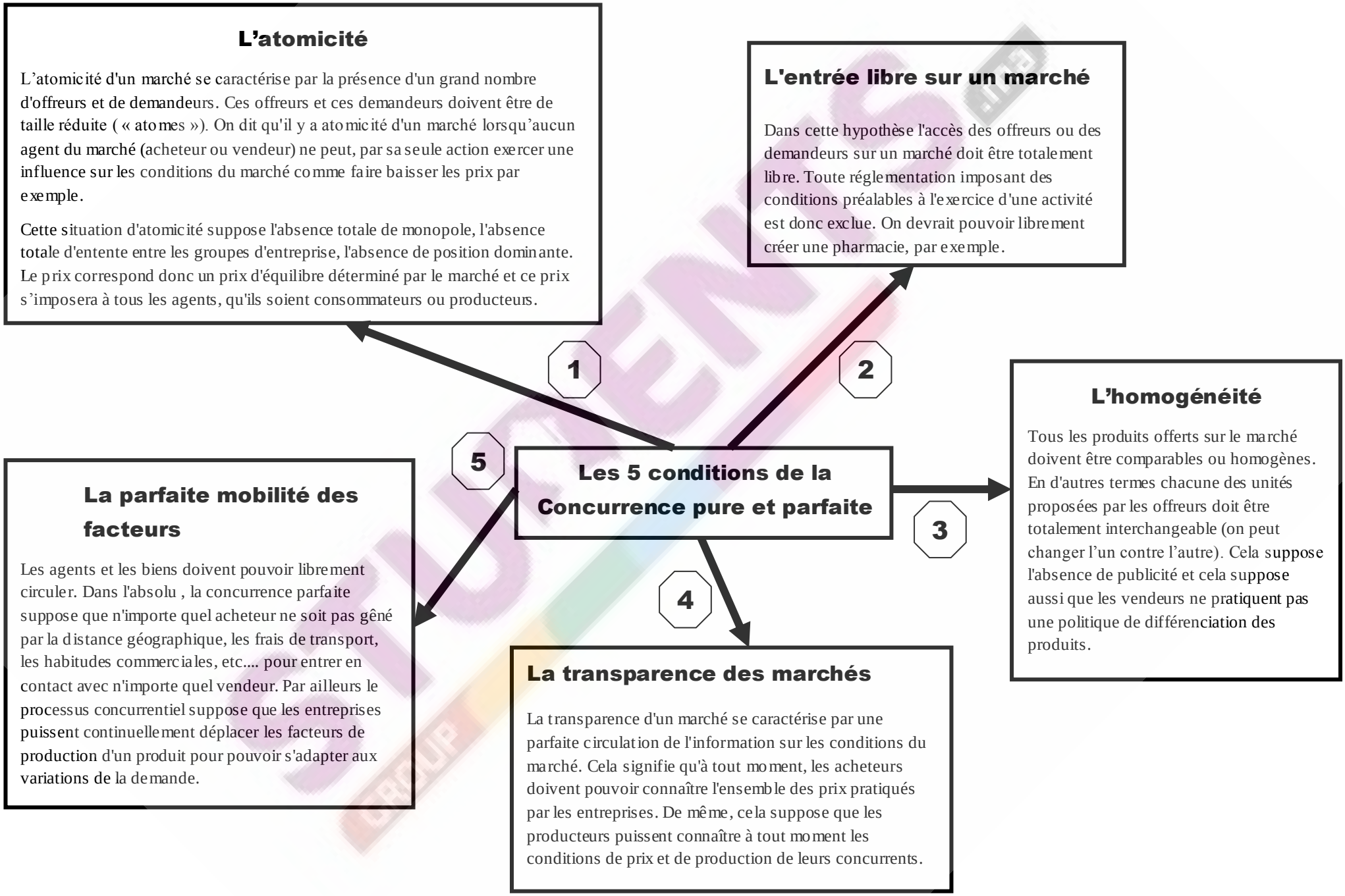
Oligopole de paix

Les firmes coopèrent pour rendre maximum leur profit total sur le marché. Les entreprises peuvent se mettre d'accord sur les prix, le volume de production, le partage du marché. On parle alors de « Cartel »

Oligopole de guerre

Les firmes s'opposent, chacune essayant de se faire du profit et détenir la meilleure part possible du marché au détriment des autres.

www.students.ma


L'atomicité
L'atomicité d'un marché se caractérise par la présence d'un grand nombre d'offreurs et de demandeurs. Ces offreurs et ces demandeurs doivent être de taille réduite (« atomes »). On dit qu'il y a atomicité d'un marché lorsqu'aucun agent du marché (acheteur ou vendeur) ne peut, par sa seule action exercer une influence sur les conditions du marché comme faire baisser les prix par exemple.
Cette situation d'atomicité suppose l'absence totale de monopole, l'absence totale d'entente entre les groupes d'entreprise, l'absence de position dominante. Le prix correspond donc un prix d'équilibre déterminé par le marché et ce prix s'imposera à tous les agents, qu'ils soient consommateurs ou producteurs.
1
L'entrée libre sur un marché
Dans cette hypothèse l'accès des offreurs ou des demandeurs sur un marché doit être totalement libre. Toute réglementation imposant des conditions préalables à l'exercice d'une activité est donc exclue. On devrait pouvoir librement créer une pharmacie, par exemple.
2
5
Les 5 conditions de la Concurrence pure et parfaite
3
L'homogénéité
Tous les produits offerts sur le marché doivent être comparables ou homogènes. En d'autres termes chacune des unités proposées par les offreurs doit être totalement interchangeable (on peut changer l'un contre l'autre). Cela suppose l'absence de publicité et cela suppose aussi que les vendeurs ne pratiquent pas une politique de différenciation des produits.
La parfaite mobilité des facteurs
Les agents et les biens doivent pouvoir librement circuler. Dans l'absolu , la concurrence parfaite suppose que n'importe quel acheteur ne soit pas gêné par la distance géographique, les frais de transport, les habitudes commerciales, etc.... pour entrer en contact avec n'importe quel vendeur. Par ailleurs le processus concurrentiel suppose que les entreprises puissent continuellement déplacer les facteurs de production d'un produit pour pouvoir s'adapter aux variations de la demande.
4
La transparence des marchés
La transparence d'un marché se caractérise par une parfaite circulation de l'information sur les conditions du marché. Cela signifie qu'à tout moment, les acheteurs doivent pouvoir connaître l'ensemble des prix pratiqués par les entreprises. De même, cela suppose que les producteurs puissent connaître à tout moment les conditions de prix et de production de leurs concurrents.