

Chapitre 4

QCM

Réponse unique

1. **b.** *Price makers.*
2. **a.** Influencer le prix du marché par ses décisions.
3. **b.** D'oligopole.
4. **b.** Fausser la concurrence en coordonnant leurs comportements.
5. **b.** Fausse le jeu normal du marché.

Plusieurs réponses possibles

6. **a. b. et c.** Les ententes. Les abus de position dominante. Les pratiques restrictives de concurrence.
7. **a. b. et c.** La hausse des prix. La sous-production. Le ralentissement de l'innovation.
8. **a. b. et c.** Préserver une concurrence effective. Sanctionner les abus de pouvoir économique. Protéger le consommateur.
9. **a et c.** Sanctionner les ententes illicites. Contrôler les opérations de fusion.
10. **a.** Une barrière à l'entrée.

Réponse à justifier

11. **b.** Parce qu'elles faussent le marché en supprimant la rivalité entre entreprises.
→Les ententes réduisent la concurrence et conduisent souvent à des prix plus élevés au détriment des consommateurs.
12. **b.** Parce qu'elle peut imposer ses conditions sans tenir compte du marché.
→Une entreprise dominante peut limiter la concurrence en imposant ses prix ou ses conditions commerciales.
13. **a. et c.** Pour corriger les abus liés au pouvoir de marché. Pour protéger le consommateur et l'efficacité économique.
→La régulation de la concurrence est nécessaire afin de corriger les abus liés au pouvoir de marché et de protéger les consommateurs ainsi que l'efficacité économique.
14. **a.** Parce qu'elles concernent des accords verticaux pouvant verrouiller le marché.
→Certaines pratiques restrictives peuvent limiter l'accès au marché et réduire la concurrence.

15. a. Parce que les conditions d'entrée et de sortie sont rarement réunies dans la réalité.

→La théorie des marchés contestables suppose une entrée libre et sans coût, ce qui reste rarement vérifié dans la réalité économique.

Exercices

EXERCICE 1 — LES COMPORTEMENTS STRATÉGIQUES DANS UN MARCHÉ IMPARFAIT

- 1. Montrez en quoi la guerre des prix déclenchée par l'entrée de Free a modifié l'équilibre du marché et le bien-être des consommateurs.**

Constat

L'arrivée de Free Mobile en 2012 a bouleversé le marché français de la téléphonie mobile dominé par trois opérateurs (Orange, SFR, Bouygues Telecom). En proposant des forfaits à 19,99 € sans engagement, Free a déclenché une guerre des prix immédiate. Les opérateurs historiques ont dû réduire leurs tarifs de 30 à 40 % en quelques mois. Les consommateurs ont bénéficié d'une forte baisse des prix, d'un meilleur accès à la 4G et d'une amélioration de leur pouvoir d'achat. Cependant, les marges des opérateurs ont chuté, ralentissant temporairement les investissements dans les infrastructures.

Analyse

Cette guerre des prix illustre la théorie des marchés contestables de William Baumol : l'entrée d'un concurrent peut suffire à rompre l'équilibre oligopolistique et à restaurer une pression concurrentielle. Avant Free, les trois opérateurs formaient un oligopole stable avec des prix élevés. L'entrée agressive de Free a forcé une concurrence directe sur les tarifs, augmentant le surplus des consommateurs mais réduisant les rentes de situation des opérateurs historiques. Cette situation montre qu'un marché concentré peut redevenir concurrentiel si les barrières à l'entrée sont suffisamment faibles.

- 2. Expliquez comment les opérateurs tentent aujourd'hui de retrouver un équilibre plus durable grâce à la différenciation de leurs offres.**

Constat

Face à l'érosion de leurs marges, les opérateurs ont recentré leurs stratégies sur la différenciation. Orange mise sur la qualité du réseau et du service client, SFR sur la convergence fixe mobile (offres Internet + mobile), tandis que Free et Bouygues privilégient la simplicité tarifaire et l'innovation technologique (5G, fibre). Cette différenciation permet de segmenter la clientèle : les ménages sensibles au prix choisissent les offres *low cost*, tandis que les professionnels et clients exigeants paient plus cher pour une meilleure qualité.

Analyse

Cette stratégie de différenciation s'inscrit dans le modèle de la concurrence monopolistique développé par Edward Chamberlin. Chaque opérateur cherche à créer une forme de mini-

monopole sur un segment de clientèle en proposant des caractéristiques distinctives (qualité, service, innovation). Cette différenciation permet de limiter la concurrence par les prix et de restaurer des marges plus élevées. Les opérateurs deviennent ainsi des « *price makers* » sur leur segment, tout en restant en concurrence globale sur le marché. Le marché évolue donc d'un oligopole indifférencié vers une concurrence monopolistique où chaque acteur fidélise sa clientèle par des attributs spécifiques.

3. Montrez en quoi le marché de la téléphonie mobile illustre les caractéristiques d'un marché en concurrence imparfaite.

Constat

Le marché français de la téléphonie mobile est dominé par quatre grands opérateurs qui concentrent la quasi-totalité des parts de marché. Les produits proposés ne sont pas totalement homogènes : chaque opérateur différencie son offre par la qualité du réseau, les services associés ou l'innovation technologique. De plus, les coûts élevés liés aux infrastructures télécoms (antennes, réseaux 5G, licences) constituent des barrières à l'entrée importantes qui limitent l'arrivée de nouveaux concurrents.

Analyse

Ce marché présente les caractéristiques d'un oligopole à franges concurrentielles avec différenciation des produits. Le nombre limité d'acteurs confère à chaque opérateur un pouvoir de marché significatif, contrairement au modèle de concurrence pure et parfaite où les entreprises sont "preneuses de prix". La différenciation des offres crée une concurrence monopolistique au sens de Chamberlin, où chaque entreprise dispose d'une clientèle partiellement captive.

Les barrières à l'entrée liées aux infrastructures constituent un obstacle majeur à la contestabilité du marché au sens de Baumol. Bien que l'entrée de Free ait prouvé qu'une nouvelle entrée restait possible, elle nécessite des investissements considérables et un modèle économique innovant. Le marché se situe donc entre l'oligopole (concentration) et la concurrence monopolistique (différenciation), illustrant parfaitement les situations de concurrence imparfaite où les entreprises disposent d'un pouvoir de marché significatif.

EXERCICE 2 — LES GÉANTS DU NUMÉRIQUE À L'ÉPREUVE DU DROIT DE LA CONCURRENCE EUROPÉEN

1. À partir des documents, expliquez en quoi le comportement d'Apple constitue un abus de position dominante.

Constat

En 2024, la Commission européenne a sanctionné Apple d'une amende de 1,8 milliard d'euros pour abus de position dominante sur le marché des applications mobiles. L'entreprise imposait aux développeurs d'utiliser exclusivement son système de paiement intégré (*In-App Purchase*) et leur interdisait d'informer les utilisateurs de l'existence d'abonnements moins chers disponibles en dehors de l'application. Ces restrictions limitaient la liberté des développeurs et maintenaient artificiellement des prix élevés pour les utilisateurs d'iPhone et d'iPad.

Analyse

Ce comportement constitue un abus de position dominante car Apple exploite sa puissance sur le marché des applications iOS pour imposer des conditions commerciales défavorables. Contrairement à une entreprise en concurrence, qui doit convaincre par la qualité de son service, Apple utilise son contrôle total de l'App Store comme un verrou : les développeurs n'ont pas d'alternative pour toucher les utilisateurs iOS.

Cette pratique s'apparente à un verrouillage de marché (*lock-in*) : en empêchant les développeurs d'informer les utilisateurs sur des offres alternatives, Apple réduit artificiellement la concurrence et protège sa rente de situation (commission de 30 %). Cette stratégie illustre la théorie des marchés bifaces développée par Jean-Charles Rochet et Jean Tirole : Apple contrôle la plateforme qui met en relation développeurs et utilisateurs, et abuse de cette position d'intermédiaire pour capter une part excessive de la valeur créée.

2. Montrez les conséquences de ces pratiques anticoncurrentielles pour les consommateurs et pour les entreprises concurrentes.

Constat

Pour les consommateurs, ces pratiques ont entraîné plusieurs conséquences négatives : impossibilité d'accéder directement à des abonnements moins chers (Spotify, Netflix, Deezer), hausse des prix car les développeurs répercutaient souvent la commission de 30 % prélevée par Apple, et réduction du choix puisque certaines applications ont renoncé à être présentes sur l'App Store face aux contraintes imposées.

Pour les entreprises concurrentes, ces règles limitaient l'accès au marché, augmentaient leurs coûts et réduisaient leur capacité à concurrencer Apple sur les prix. Des services comme Spotify ont été particulièrement pénalisés, ne pouvant pas proposer des tarifs compétitifs face à Apple Music, service propre d'Apple qui, lui, ne supportait pas cette commission.

Analyse

Ces pratiques génèrent une perte de bien-être collectif (perte sèche) au sens néoclassique : les consommateurs paient plus cher et certaines transactions mutuellement avantageuses ne se réalisent pas. Le surplus des consommateurs diminue au profit d'Apple qui capte une rente de monopole.

Du côté des développeurs, cette situation crée une barrière à l'entrée artificielle qui fausse la concurrence. Les entreprises concurrentes supportent un coût que le service propre d'Apple (Apple Music, Apple TV +) n'a pas à payer, ce qui constitue une pratique d'auto-préférence. Cette distorsion de concurrence ralentit l'innovation et limite la diversité des offres disponibles pour les utilisateurs.

Ainsi, l'abus de position dominante d'Apple produit les effets typiques d'un pouvoir de marché non régulé : transfert de surplus des consommateurs vers le producteur, inefficacité allocative et freinage de la dynamique concurrentielle.

3. Analysez en quoi le Digital Markets Act (DMA) illustre la volonté de l'Union européenne de réguler les grandes plateformes numériques.

Constat

Le Digital Markets Act (DMA), entré en vigueur en 2023, vise à limiter le pouvoir des grandes plateformes numériques appelées "contrôleurs d'accès" (*gatekeepers*). Il impose plusieurs obligations : permettre la désinstallation des applications pré-installées, autoriser le téléchargement d'applications hors des boutiques officielles, interdire l'auto-préférence (favoriser ses propres services) et donner aux entreprises un meilleur accès à leurs données. En cas de non-respect, les sanctions peuvent atteindre 10 % du chiffre d'affaires mondial, voire 20 % en cas de récidive.

Analyse

Le Digital Markets Act (DMA) illustre la volonté de l'Union européenne d'assurer le processus concurrentiel sur les marchés numériques. Dans l'analyse néoclassique, la concurrence permet une allocation efficace des ressources, des prix plus faibles et stimule l'innovation. Or, les grandes plateformes numériques comme Apple, Google ou Amazon disposent d'un pouvoir de marché important pouvant limiter cette concurrence. En imposant des règles préventives aux « *gatekeepers* », le DMA cherche à empêcher les abus de position dominante et les pratiques anticoncurrentielles, comme l'auto-préférence ou les restrictions imposées aux entreprises utilisatrices. Cette régulation vise ainsi à préserver la contestabilité des marchés, à protéger les consommateurs et à maintenir les conditions d'une concurrence efficace, conformément à l'approche néoclassique du fonctionnement des marchés.

EXERCICE 3 — L'OPEP : UN CARTEL FACE AUX DÉFIS DU MARCHÉ MONDIAL DU PÉTROLE

1. Expliquez comment l'OPEP parvient à influencer les prix du pétrole sur le marché mondial.

Constat

L'OPEP, qui regroupe treize pays producteurs de pétrole, influence les prix mondiaux en ajustant les quotas de production de ses membres. Une réduction de la production provoque une raréfaction de l'offre et donc une hausse des prix, tandis qu'une augmentation tend à les faire baisser. En 2020, face à l'effondrement de la demande pendant la pandémie, l'OPEP a décidé une réduction historique de 10 millions de barils par jour pour stabiliser les cours. Avec environ 30 % de la production mondiale et l'alliance OPEP + (incluant la Russie), l'organisation représente près de 60 % des exportations mondiales.

Analyse

L'OPEP agit comme un régulateur de l'offre sur un marché mondial où la demande de pétrole est relativement inélastique à court terme : les consommateurs ne peuvent pas réduire rapidement leur consommation en réponse à une hausse des prix. Cette situation confère à l'organisation un pouvoir de marché considérable.

En coordonnant les décisions de production, l'OPEP cherche à maximiser les revenus de ses membres en maintenant un équilibre entre volume produit et niveau de prix. Cette stratégie s'apparente à celle d'un monopole multipliant, où plusieurs acteurs se comportent collectivement comme une seule entité pour optimiser leurs profits.

L'alliance OPEP + renforce encore cette capacité d'influence en élargissant la base de

producteurs coordonnés. Toutefois, cette influence reste limitée par l'existence de producteurs non-membres (États-Unis, Canada, Norvège) et par les tensions internes entre membres ayant des intérêts parfois divergents.

2. Montrez en quoi cette coordination s'apparente à un comportement de cartel.

Constat

L'OPEP fonctionne par coordination volontaire des politiques de production de ses membres. Au lieu de se faire concurrence librement, les pays fixent collectivement des quotas de production afin de contrôler l'offre et maintenir des prix favorables à leurs intérêts économiques. L'alliance OPEP +, incluant la Russie et d'autres producteurs, renforce cette capacité de coordination en contrôlant près de 60 % des exportations mondiales de pétrole.

Analyse

Cette coordination constitue un cartel au sens économique du terme : plusieurs producteurs s'entendent pour limiter la production et maintenir des prix supérieurs à ceux qui résulteraient d'une concurrence libre. Cette entente horizontale entre producteurs vise à créer une rareté artificielle du bien pour en augmenter le prix.

Dans le modèle néoclassique, un tel comportement serait qualifié de pratique anticoncurrentielle car il réduit le surplus collectif en transférant de la richesse des consommateurs vers les producteurs. Cependant, l'OPEP bénéficie d'une exception : elle est composée d'États souverains agissant dans le cadre d'une organisation internationale, ce qui la place hors du champ d'application du droit de la concurrence.

Cette situation illustre les limites de la régulation concurrentielle à l'échelle internationale : alors que les ententes entre entreprises privées sont interdites et sanctionnées, les cartels d'États échappent aux autorités de concurrence nationales et européennes.

3. Analysez les limites et les effets économiques de cette régulation sur les pays producteurs et consommateurs.

Constat

Le pouvoir de l'OPEP reste limité pour plusieurs raisons. Certains membres dépassent régulièrement leurs quotas pour profiter individuellement de prix élevés, fragilisant la crédibilité collective. L'émergence de producteurs indépendants, notamment les États-Unis (premier producteur mondial grâce au pétrole de schiste), a réduit la part de marché de l'OPEP. Enfin, la transition énergétique et le développement des énergies renouvelables menacent la demande mondiale de pétrole à long terme.

Analyse

Pour les pays producteurs, la coordination permet de stabiliser les revenus pétroliers en évitant l'effondrement des prix lors des périodes de surproduction. Cette régulation collective protège les économies fortement dépendantes des exportations d'hydrocarbures (Venezuela, Nigeria, Irak). Cependant, les incitations à tricher sont fortes : chaque membre a intérêt individuellement à dépasser son quota pour profiter des prix élevés maintenus par les autres, ce qui crée un dilemme du prisonnier classique.

Pour les pays consommateurs, les hausses de prix orchestrées par l'OPEP alimentent

CORRIGÉ

l'inflation, augmentent les coûts de production des entreprises et réduisent le pouvoir d'achat des ménages. Les économies occidentales subissent un transfert de richesse vers les pays producteurs, ce qui peut ralentir la croissance économique mondiale.

À long terme, la transition énergétique et le développement du pétrole de schiste réduisent structurellement le pouvoir de l'OPEP. Les pays membres anticipent un déclin de la demande, ce qui pousse certains à maximiser leur production tant que les revenus pétroliers restent élevés, accentuant les comportements non coopératifs.

Ainsi, si l'OPEP conserve une influence importante sur les prix du pétrole, son pouvoir dépend de plus en plus de sa capacité à maintenir la cohésion interne et à s'adapter à un environnement énergétique en profonde mutation.