

Comprendre le pouvoir de marché : votre nouvel atout stratégique.

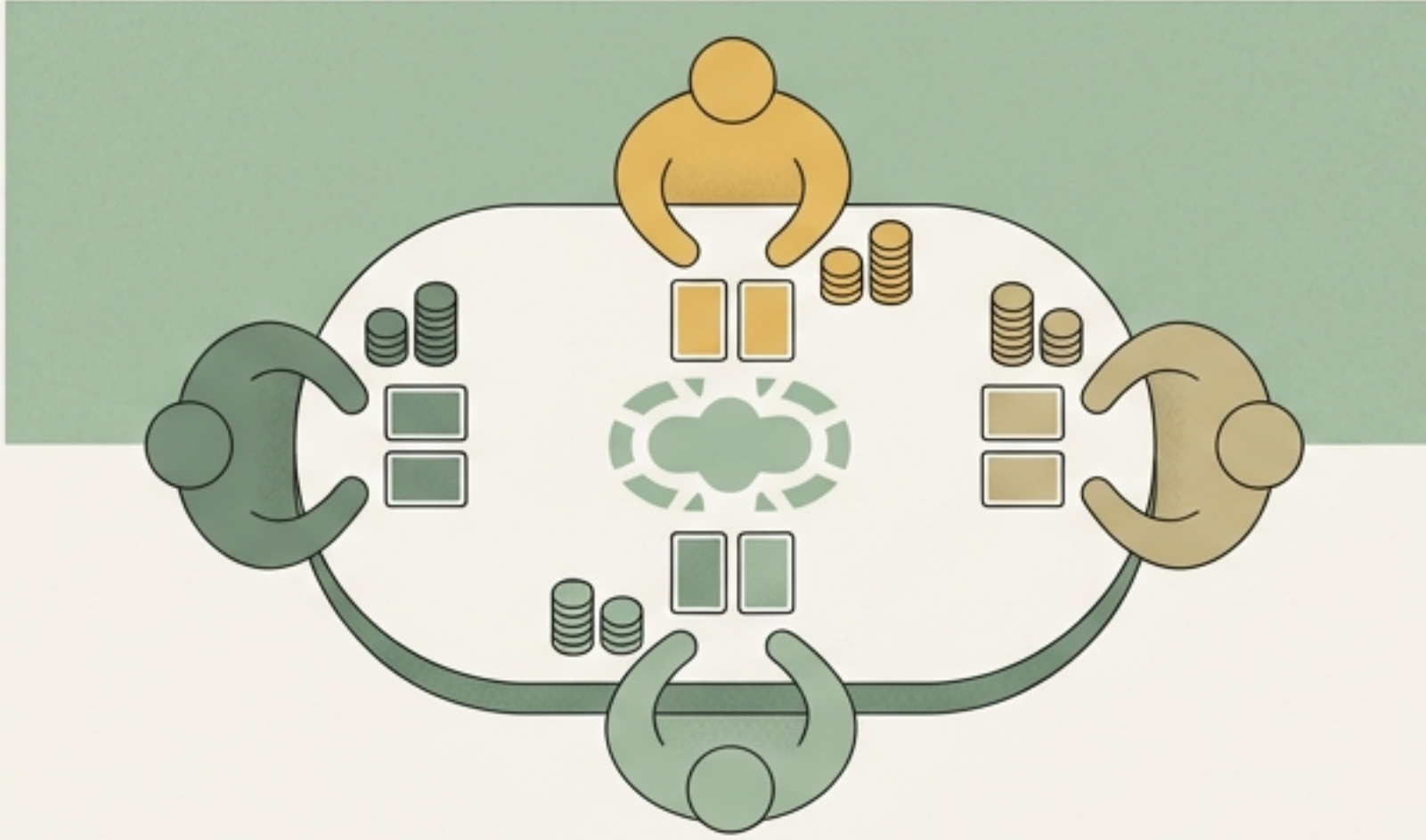


**On sait que ce sujet peut faire un peu peur au début,
avec ses grands mots et ses théories.**

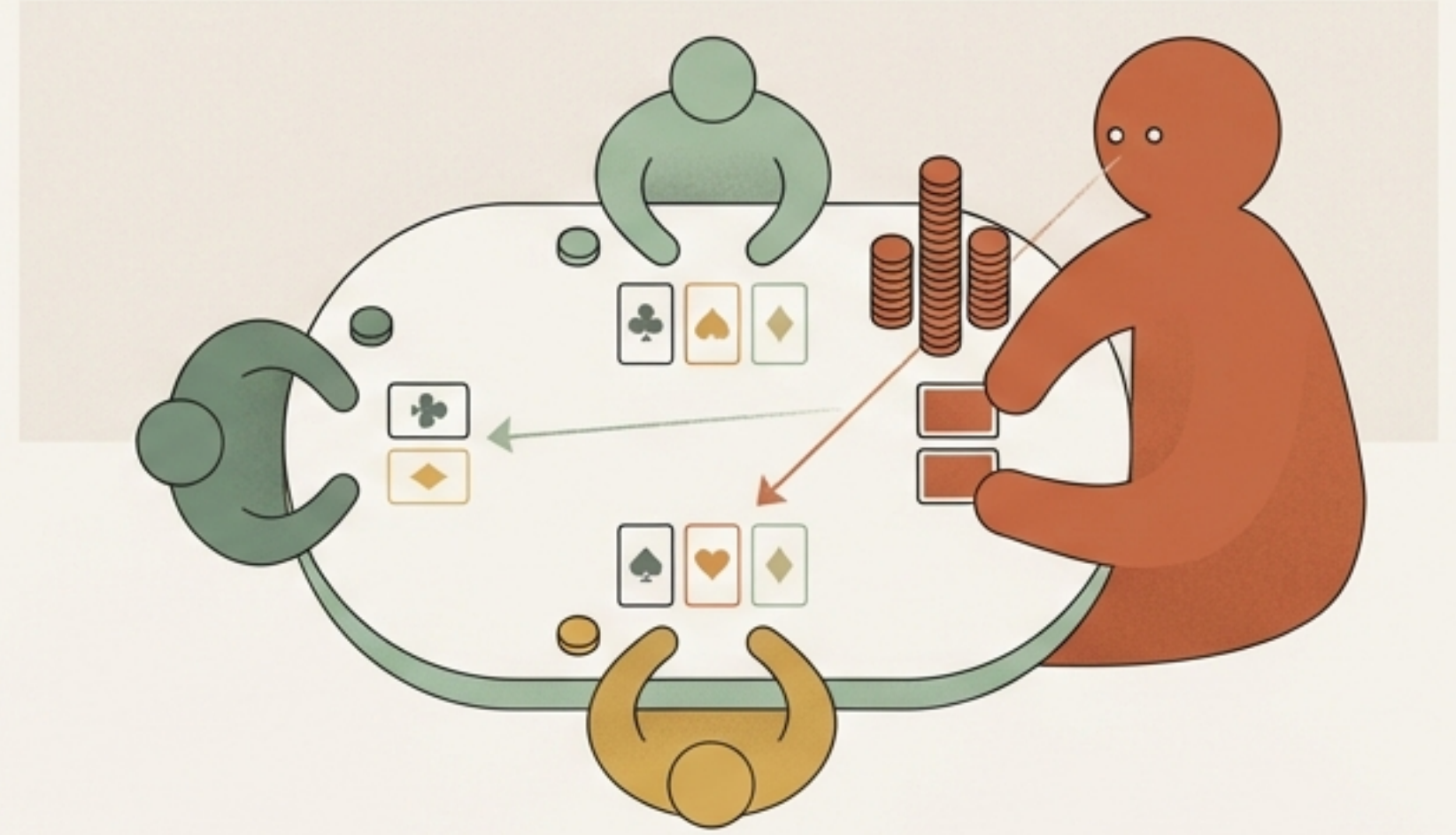
Mais promis, c'est bien plus simple et passionnant qu'il n'y paraît. C'est une grille de lecture
qui vous servira tous les jours en entreprise pour prendre de meilleures décisions.
Ensemble, on va décortiquer ça tranquillement. Vous êtes prêts ?

Pour commencer, imaginons le marché comme une partie de poker.

Partie Équitable



Partie Faussée



Dans une partie équitable, tout le monde a les mêmes règles. Mais que se passe-t-il si un joueur peut voir les cartes des autres ? Ou s'il peut fixer les mises à sa guise ? Il contrôle le jeu et gagne à coup sûr.

Le pouvoir de marché, c'est exactement ça : la capacité de dicter ses propres règles pour fausser la compétition à son avantage.

Dans un monde idéal, le marché s'équilibre parfaitement.



Concept Clé: La 'Concurrence Pure et Parfaite'.

C'est le modèle de référence des économistes.

Imaginez une place de marché avec de très très nombreux vendeurs et acheteurs pour un même produit.

Dans ce cas, aucune entreprise seule ne peut influencer le prix. Le prix est fixé "naturellement" par l'offre et la demande.

C'est le point de départ de notre analyse.

Mais dans la réalité, certaines entreprises ont le pouvoir d'imposer leurs prix.

Le pouvoir de marché est la capacité d'une entreprise à fixer des prix supérieurs au prix de concurrence, souvent au détriment des consommateurs.

Au lieu de 'subir' le prix du marché, l'entreprise le 'choisit' (en partie ou totalement) pour maximiser ses profits.

Cela se produit quand la concurrence est affaiblie ou inexistante.
C'est ce qu'on appelle une 'défaillance du marché'.



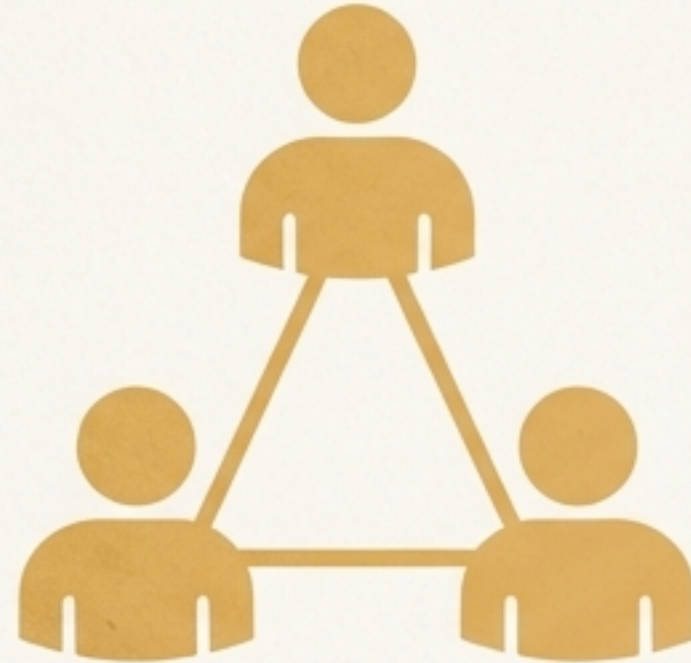
Ce pouvoir de marché peut prendre plusieurs formes concrètes.

On ne parle pas d'une seule situation, mais d'un éventail de structures de marché où la concurrence est faussée.
On va explorer les trois cas d'école que vous devez absolument maîtriser pour votre examen et votre carrière.



Le Monopole

Un seul maître du jeu.



L'Oligopole

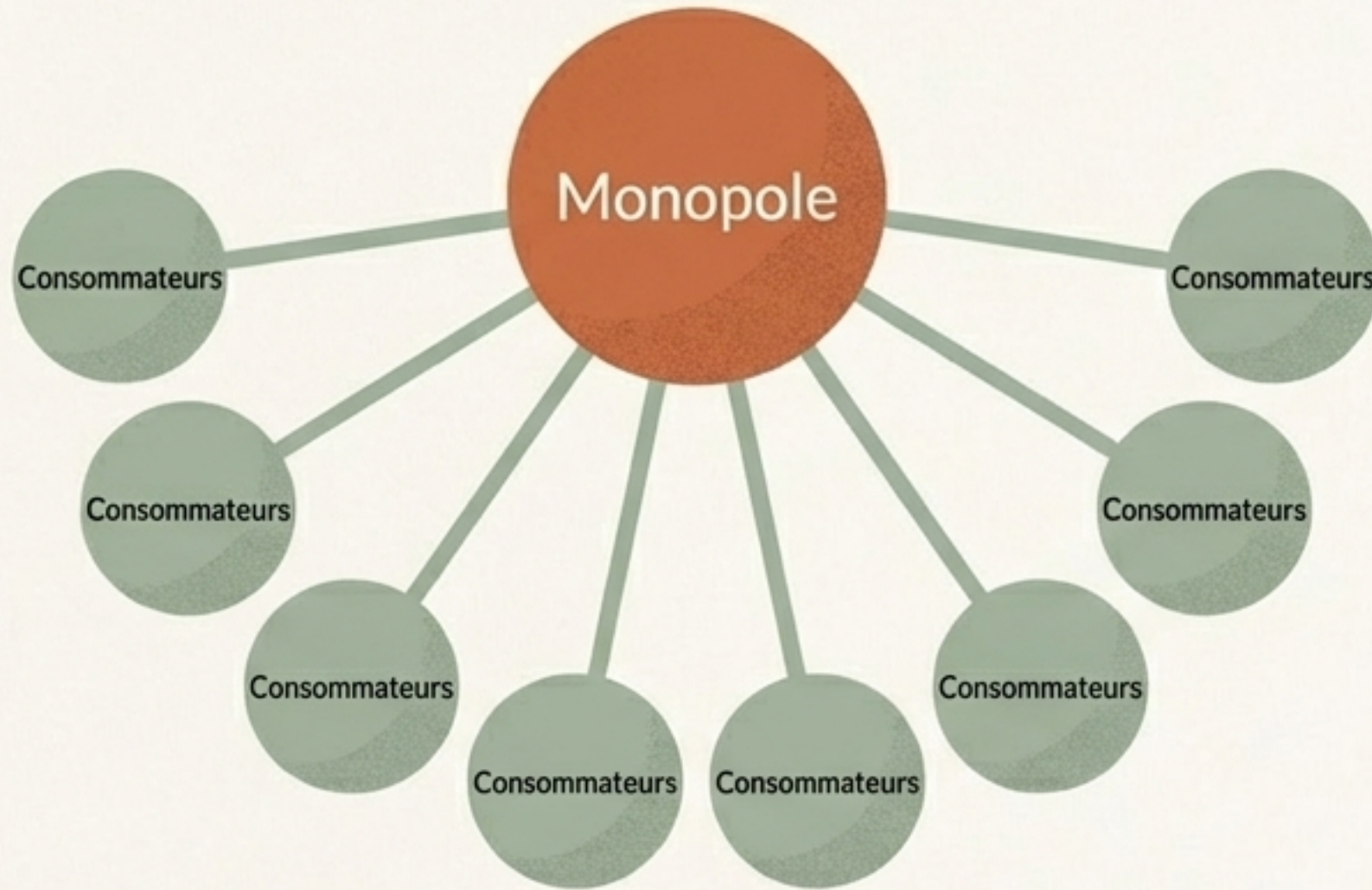
Un club restreint de décideurs.



La Position Dominante

Un acteur si puissant qu'il éclipse les autres.

Le cas du monopole : quand un seul vendeur détient toutes les cartes.



C'est la situation la plus extrême. Une seule entreprise offre un produit ou un service sans alternative proche. Le consommateur n'a pas le choix.

Exemples Clés

L'exemple historique

Avant la libéralisation du marché de l'énergie, EDF était en monopole sur la fourniture d'électricité en France et fixait ses prix sans concurrence.

L'exemple stratégique

Dans l'industrie pharmaceutique, un brevet sur un nouveau médicament confère un monopole temporaire. Cela permet de fixer des prix élevés pour rentabiliser la recherche, mais pose des questions d'accès aux soins.

Le cas de l'oligopole : quand quelques acteurs se partagent le marché.

Définition

Ici, un petit nombre d'entreprises contrôle la majorité de l'offre. Elles peuvent se livrer une concurrence féroce... ou s'entendre.

Le danger : l'entente (ou cartel)

C'est lorsque ces entreprises décident secrètement de ne plus se faire concurrence, par exemple en fixant les mêmes prix élevés. C'est illégal.



Cas pratique - Le 'Cartel des Yaourts'

En 2017, l'Autorité de la concurrence a infligé une amende record à des fabricants qui s'étaient entendus sur les prix du lait en poudre. Ils avaient créé un "pacte de non-agression" sur les prix, au détriment des supermarchés et, au final, des consommateurs.

Autorité de la concurrence, décision n° 17-D-08

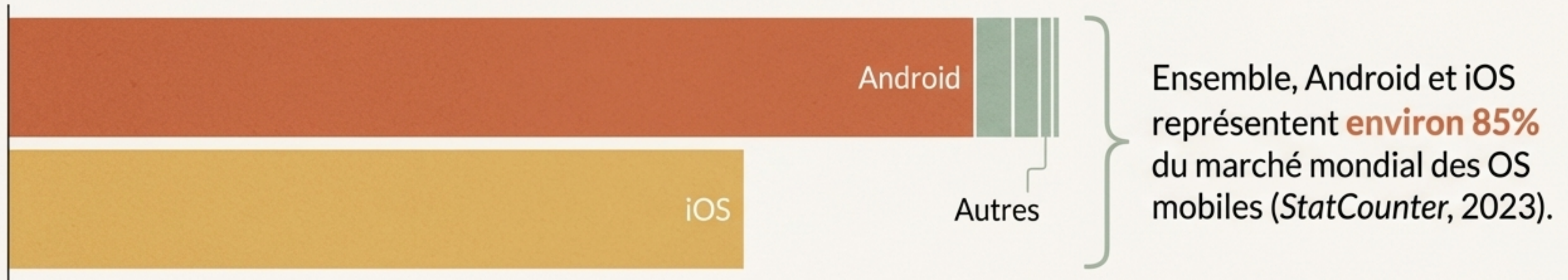
Le cas de la position dominante : être 'trop' gros pour une concurrence saine.

Définition

Une entreprise n'est pas en monopole, mais elle est si puissante qu'elle peut agir indépendamment de ses concurrents et de ses clients. Ce n'est pas illégal d'être dominant, mais c'est illégal d'en *abuser*.

L'exemple qui est dans votre poche

Le marché des systèmes d'exploitation mobiles. Android (Google) et iOS (Apple) détiennent à eux deux une part de marché écrasante. Leur position leur donne un pouvoir immense sur les développeurs d'applications et les fabricants de téléphones.



Concrètement, pourquoi le pouvoir de marché est-il une "défaillance" ?

L'impact est double et facile à retenir.
Pour vous, pour l'économie, les conséquences sont négatives.



Pour le consommateur

- **Prix plus élevés:** Sans la pression de la concurrence, l'entreprise peut augmenter ses marges.
- **Moins de choix et d'innovation:** Pourquoi innover si on n'a pas de concurrents à battre ?



Pour la société

- **Quantités produites plus faibles:** L'entreprise produit moins que ce qui serait socialement optimal pour maintenir des prix hauts.
- **Inefficacité économique:** Les ressources ne sont pas allouées de la manière la plus productive possible.

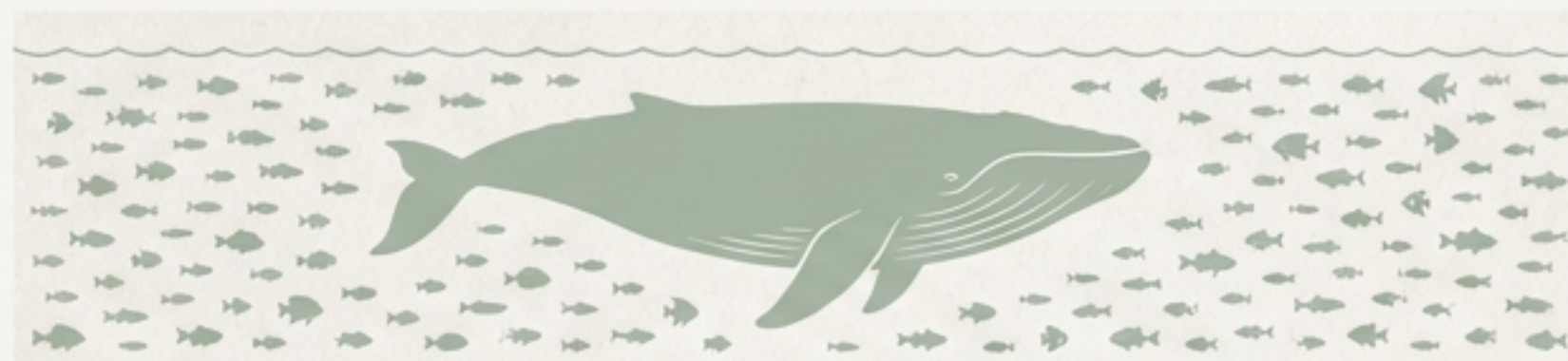
L'erreur fréquente à l'examen : ne tombez pas dans ce piège !

C'est ici que beaucoup d'étudiants perdent des points. On va clarifier ça une bonne fois pour toutes.

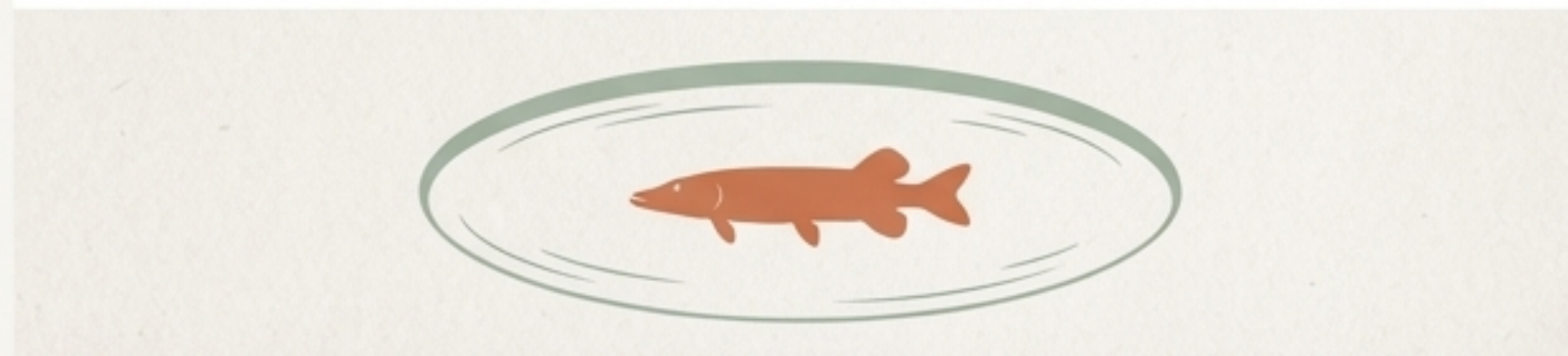
L'erreur à éviter

Penser qu'une grande entreprise a *forcément* un pouvoir de marché.

Peu de pouvoir



Beaucoup de pouvoir



La nuance qui change tout

La taille ne fait pas tout ! Une très grande entreprise sur un marché très concurrentiel (ex: un grand producteur de blé parmi des milliers d'autres) **n'a aucun pouvoir de marché**. **À l'inverse, le seul supermarché d'une petite ville isolée**, même s'il est petit, a un pouvoir de marché immense sur ses habitants.

La clé : Tout dépend de la **structure du marché** et des **alternatives réelles** disponibles pour le consommateur.

Heureusement, il existe des “gardiens du jeu” pour protéger la concurrence.

Pour que le marché reste équitable, des **institutions publiques** surveillent les entreprises et sanctionnent les abus. Leur mission est de faire respecter le **droit de la concurrence**.

Qui sont-ils ?

- Au niveau national (France): L'**Autorité de la concurrence**.
- Au niveau européen: La **Commission européenne**.

Leurs outils principaux

- Interdiction et sanction des **ententes (cartels)**.
- Répression des **abus de position dominante**.
- Contrôle des **fusions et acquisitions** pour éviter la création de monopoles.



Et leur action a un impact financier considérable.

Les sanctions ne sont pas symboliques. Elles sont conçues pour être dissuasives et pour réparer le tort causé à l'économie.



+ 230 Milliards €

C'est le montant total des amendes infligées par la Commission européenne aux entreprises pour abus de position dominante ou participation à des cartels depuis la création de l'UE.

*Source: Rapports annuels sur la politique de concurrence, Commission européenne (donnée cumulative à fin 2022).

Cela montre à quel point la lutte contre le pouvoir de marché est une priorité stratégique en Europe.

Savoir déceler le **pouvoir de marché** vous donnera un avantage décisif.

Au-delà de l'examen, cette compétence est une véritable clé de lecture du monde de l'entreprise.



En quoi cela vous servira ?

- **En Marketing ou Vente:** Vous comprendrez mieux la stratégie de prix de vos concurrents et saurez comment positionner vos propres offres.
- **En Achats:** Vous pourrez évaluer si un fournisseur est en position de force et négocier plus efficacement.
- **En Stratégie ou Management:** Vous serez capable d'analyser un paysage concurrentiel, d'identifier les menaces et les opportunités pour votre entreprise.

Maîtriser ce concept, ce n'est pas juste apprendre une théorie. C'est aiguïser votre regard pour devenir un professionnel plus pertinent et plus stratégique.