

Activité : Le dilemme du prisonnier appliqué aux entreprises sur un marché oligopolistique

Document 4 :

Le modèle de représentation : On parle de stratégie coopérative pour désigner la stratégie optimale que peuvent mettre en place les acteurs s'ils s'entendent auparavant sur le comportement à adopter. La stratégie est dite non coopérative si les différents acteurs agissent sans concertation, et doivent donc prendre en compte toutes les actions possibles des autres acteurs sans pouvoir les anticiper parfaitement. Voici un modèle de représentation :

		Acteur B	
		Action 1	Action 2
Acteur A	Action 1	(Gain de A ; Gain de B)	(Gain de A ; Gain de B)
	Action 2	(Gain de A ; Gain de B)	(Gain de A ; Gain de B)

Exercice : Le tableau est une « matrice des gains », qui représente ce que gagne chaque agent pour chaque prix. La première case se lit comme suit : si P&G fait payer 1,50 pendant que Unilever et Kao font aussi payer 1,50, P&G gagne 20 000 et Unilever et Kao gagnent également 20 000.

Matrice des gains

		Unilever et Kao	
		Font payer 1,50 €	Font payer 1,40 €
P&G	Font payer 1,50 €	(20 000 ; 20 000)	(3 000 ; 22 000)
	Font payer 1,40 €	(22 000 ; 3 000)	(12 000 ; 12 000)

Q1 - Quelle est a priori la tarification qui permet à l'ensemble des entreprises du secteur des insecticides de réaliser le profit total le plus élevé ?

Profit total : prix de vente X quantité vendue = (40 000 X 1,50= 60 000)

Si les trois entreprises font payer 1,50€, elles réalisent le profit total le plus élevé, soit 60000€.

Q2 - Si Unilever et Kao fixent un prix de 1,40 €, quel est le prix que devrait fixer P&G pour faire le plus grand profit ? Et si Unilever et Kao fixent un prix de 1,50 € ?

Si Unilever et Kao fixe un prix à 1,40€, l'intérêt de P&G est de s'aligner sur ce prix (12000€ contre 3000€ si 1,50€). Si Unilever et Kao fixe un prix à 1,50€, l'intérêt de P&G est de pratiquer un prix inférieur= soit 1,40€ (22000€ contre 20000€ si 1,50€).

Q3 - Quelle est alors la tarification que doit choisir P&G ?

L'intérêt de P&G est donc de fixer un prix de 1,40€ car ils obtiendront un profit en moyenne de 17000€ (contre 11500€ s'ils pratiquent un prix de 1,50€).

Q4 - Si chaque entreprise raisonne de la même façon, quel est le tarif pratiqué par l'ensemble des firmes ? Cela vous semble-t-il être une situation optimale ?

Le tarif pratiqué sera donc de 1,40€. Non, cela ne correspond pas à la situation optimale étant donné que le profit total s'élèvera à 36000€, loin de la situation avec un prix de 1,50€ (60000€ de profit).

Q5 - Comment une entente peut-elle leur permettre de gagner plus ?

Si les trois entreprises s'entendent sur les prix, elles obtiendront respectivement 8000€ de profit supplémentaire chacune. Ainsi, la recherche de l'intérêt individuel ne conduit pas systématiquement à la satisfaction de l'intérêt collectif.

B- Le cas des ententes sur un marché oligopolistique

1- Qu'est-ce qu'une entente?

Document 5 :

Des réunions illicites dans des hôtels de province et des brasseries parisiennes, un abonnement de téléphone portable souscrit au nom de la compagnie d'un des participants pour mieux se dissimuler, des carnets officieux : « l'affaire du cartel du yaourt » a tout d'un film policier. De 2006 à 2012, onze fabricants de produits laitiers frais (Lactalis Nestlé, Yoplait, Laïta, etc.) se sont concertés pour coordonner leurs politiques tarifaires et commerciales. Prohibée par le Code de commerce français, cette entente leur vaudra une amende de plus de 130 millions d'euros. Seul Yoplait échappera à la sanction : repentie, l'entreprise a dénoncé ses petits camarades...

Benoît Bréville, « Le cartel du yaourt », Manière de voir n°158, avril-mai 2018.

Ou **Document 5** : Un reportage France 2, Le 20 heures, du 24 février 2015, un exemple d'entente illicite

<https://www.youtube.com/watch?v=DNC102oFd9U>

Q1 - Quels ont été les moyens utilisés par les producteurs de yaourts pour se concerter sur les prix et la commercialisation de leurs produits ?

Réunions discrètes car illégales, communications cachées, organisation de l'entente illégale.

Q2 - D'après vous, quel était l'intérêt pour ces entreprises d'avoir recours à une telle organisation ?

Possibilité de pratiquer des prix plus importants que des prix de marché, permettant d'obtenir un profit supplémentaire.

Q3 - Quelles sont les conséquences d'une telle entente pour les consommateurs ?

La conséquence principale touche au pouvoir d'achat des consommateurs, qui voient les prix de l'entente être supérieurs à ce qu'ils seraient dans un marché concurrentiel. On aboutit à une situation équivalente à celle du monopole (ici à plusieurs).

Q4 - Comment les pouvoirs publics se sont-ils rendus compte de l'existence de ce cartel ?

Dans ce cas des produits laitiers, c'est l'entreprise Yoplait qui a dénoncé l'existence d'une entente entre l'ensemble des producteurs sur les prix. Pour cette dénonciation, elle évitera l'amende.

Q5 - En réutilisant la matrice des gains de la brute et du truaud, montrez que Yoplait avait intérêt à dénoncer cette entente.

Etant donné que tous les producteurs se taisent, Yoplait, en dénonçant l'entente, réduit complètement sa sanction individuelle.

2- L'intérêt d'une entente pour les oligopoleurs

Document 6 : La bulle éco (France culture)

<https://www.franceculture.fr/emissions/la-bulle-economique/delinquance-en-col-blanc-les-cartels-et-leurope>

Q1 - Définissez le cartel. Quels sont les éléments sur lesquels les entreprises peuvent s'entendre ?

Cartel : entente formelle entre des producteurs pour contrôler un marché, **contrôlant les prix**, zones géographiques, **quantité produite** (quotas de production)

Q2 - Qu'est-ce que cela représente en termes de prix ?

Hausse des prix et éviter la concurrence (+20% au niveau national, +30% au niveau international)

Exemple : ADM et 2 groupes japonais marché de la lysine (film The informant Soderberg)

Q3 - Comment peut-on lutter contre les cartels ?

Promouvoir le marché unique dans des conditions de concurrence satisfaisante (institution européenne). Programme de clémence : Dénonciation + preuves = immunité pour l'entreprise repentie.

Q4 - Comment s'organisait le cartel des fabricants de camions européens ?

Exemple 2016 : 2.9 milliards d'amendes cartel des camions (5 entreprises dont 100% du marché européen des constructeurs). Limiter les nouvelles technologies de lutte contre les émissions, ententes sur les prix et les délais de livraison.

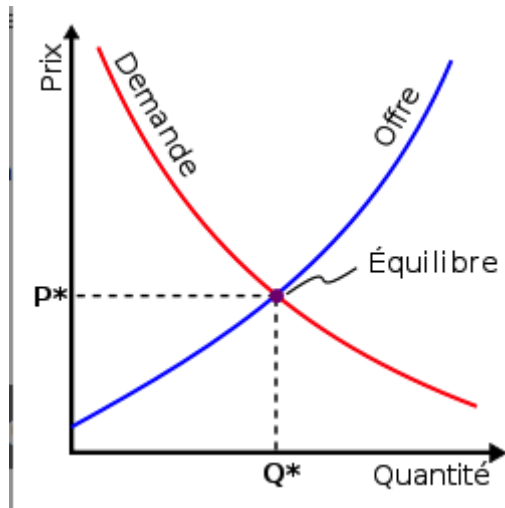
Revenons à l'exemple de l'oligopole des yaourts :

Questions à propos de l'oligopole de yaourts :

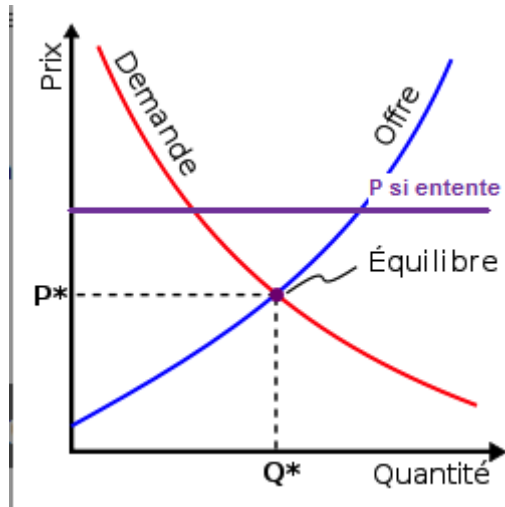
Q1- Quelle a été la conséquence d'une telle entente sur le prix des yaourts ?

Le prix est plus élevé que le prix du marché. Les producteurs se sont entendus pour maintenir des prix élevés, dans le but d'augmenter leurs profits.

Q2- Si le graphique ci-dessous, dessinez le nouveau prix issu de l'entente.

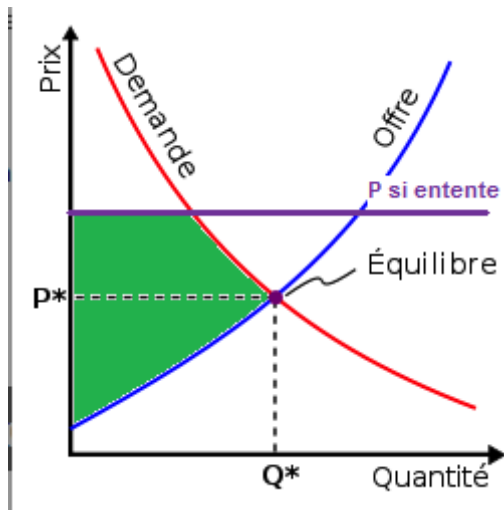


Correction :



Q3- Coloriez le surplus du producteur en cas d'entente. Comparez ce surplus à celui obtenu sur un marché en CPP.

Correction :



Le surplus du producteur est plus important qu'en CPP.

Q4- Que peut-on en déduire quant au surplus du consommateur?

Il diminue, en fait, les entreprises se sont appropriées une partie du surplus des consommateurs.

Conclusion de la séquence :

Remplissez le texte ci-dessous avec les termes suivants : maximise, oligopole, entente (x2), prix, profit, dilemme du prisonnier, demandeurs, part de marché, offreurs, illégale, pouvoir de marché, quantités, imparfaits, surplus .

Les exemples de marchéssont nombreux. Parmi ceux-ci se trouve l'..... Un marché oligopolistique est un marché sur lequel un petit nombre d'..... se partagent le marché face à une multitude de Chacun de ces offreurs dispose donc d'un certain(=capacité à influencer le marché, et notamment le prix sur ce marché).

En situation d'oligopole les entreprises cherchent alors à augmenter encore davantage leur..... Pour ce faire, elles disposent de différentes stratégies :

- En l'absence d'..... sur un marché oligopolistique, les producteurs peuvent être amenés à se livrer une guerre des prix. Chacun cherche alors à s'approprier le plus possible de parts de marché en proposant un sans cesse plus bas que celui de ses concurrents. Cette situation conduit cependant à une diminution du de l'ensemble des acteurs du secteur.
- Les entreprises peuvent également être amenées à se concentrer.
- La formation d'une permet enfin aux producteurs de s'entendre sur les prix et/ou les afin de maximiser leurs profits respectifs.

Dans le cas d'une entente sur les prix, les entreprises en question aboutissent à la meilleure situation collective possible, c'est-à-dire celle qui le profit total. Dans ce cas précis, le résultat obtenu est meilleur pour les producteurs étant donné qu'ils vont pratiquer des prix supérieurs à une situation concurrentielle (guerre des prix). Cela se caractérise par une appropriation par les producteurs d'une partie du des consommateurs. Ces ententes, largement pratiquées et lourdement sanctionnées justifient l'exemple devenu célèbre du.....

Correction :

Les exemples de marchés **imparfaits** sont nombreux. Parmi ceux-ci se trouve l'**oligopole**. Un marché oligopolistique est un marché sur lequel un petit nombre **d'offreurs** se partagent le marché face à une multitude de **demandeurs**. Chacun de ces offreurs dispose donc d'un certain **pouvoir de marché** (=capacité à influencer le marché, et notamment le prix sur ce marché).

En situation d'oligopole les entreprises cherchent alors à augmenter encore davantage leur **part de marché**. Pour ce faire, elles disposent de différentes stratégies :

- En l'absence **d'entente** sur un marché oligopolistique, les producteurs peuvent être amenés à se livrer une guerre des prix. Chacun cherche alors à s'approprier le plus possible de parts de marché en proposant un **prix** sans cesse plus bas que celui de ses concurrents. Cette situation conduit cependant à une diminution du **profit** de l'ensemble des acteurs du secteur.
- Les entreprises peuvent également être amenées à se concentrer.
- La formation d'une **entente** permet enfin aux producteurs de s'entendre sur les prix et/ou les **quantités** afin de maximiser leurs profits respectifs.

Dans le cas d'une entente **illégal**e sur les prix, les entreprises en question aboutissent à la meilleure situation collective possible, c'est-à-dire celle qui **maximise** le profit total. Dans ce cas précis, le résultat obtenu est meilleur pour les producteurs étant donné qu'ils vont pratiquer des prix supérieurs à une situation concurrentielle (guerre des prix). Cela se caractérise par une appropriation par les producteurs d'une partie du **surplus** des consommateurs. Ces ententes, largement pratiquées et lourdement sanctionnées justifient l'exemple devenu célèbre du **dilemme du prisonnier**.