

LEÇON 3 : LE FONCTIONNEMENT REEL DES ECONOMIES DE MARCHÉ

CE QUE VOUS ALLEZ APPRENDRE (SAVOIR ET SAVOIR-FAIRE) : LA COMPREHENSION DES STRUCTURES REELLES DES MARCHES ; UNE ANALYSE DES EFFETS ENGENDRES PAR LA FIXATION AUTORITAIRE DES PRIX ; UNE APPROCHE DE LA THEORIE DES JEUX ET DES STRATEGIES DES ENTREPRISES SUR LES MARCHES OLIGOPOLISTIQUES ; L'EXAMEN DES PROBLEMES CREES PAR L'INFORMATION IMPARFAITE DES AGENTS ECONOMIQUES.

MACRO-OBJECTIFS (dossier pédagogique de l'UE)

1. présenter et d'analyser de manière critique les principaux mécanismes économiques : l'offre et la demande sur les marchés ;
2. analyser et confronter les fondements des principaux mouvements théoriques (classique, néoclassique, ...) en saisissant leurs relations avec les phénomènes politiques et sociaux.

OBJECTIFS :

Au cours de cette leçon, l'étudiant va :

- ❖ 1. découvrir les différentes structures de marché ;
- ❖ 2. observer comment la fixation autoritaire des prix entraîne des dysfonctionnements sur le marché ;
- ❖ 3. analyser comment les taxes créent des effets pervers ;
- ❖ 4. découvrir la nature des marchés oligopolistiques ;
- ❖ 5. appréhender les notions de la théorie des jeux et ses applications à l'oligopole ;
- ❖ 6. examiner quelques stratégies possibles en oligopole ;
- ❖ 7. analyser quelques problèmes posés par la non-transparence du marché (information imparfaite).

OBJECTIF TRANSVERSAL: *approcher les enjeux de la « nouvelle économie » (réseaux sociaux, e-commerce, big data, ...) et des méthodes de management qui en découlent.*

PLAN :

SECTION 1 : STRUCTURES DE MARCHE.

SECTION 2 : CONTOURNER LE MARCHE ?

SECTION 3 : LES IMPERFECTIONS DES MARCHES

Rappel : 🌟 = explication ; 🍷 = critique ; 🎥 = vidéo illustrative ; 📺 = n'est plus disponible en ligne

SECTION 1 : STRUCTURES DE MARCHÉ.

Objectif 1 : découvrir les différentes structures de marchés

Les modalités selon lesquelles se rencontrent offreurs et demandeurs d'un bien diffèrent selon les **STRUCTURES DE MARCHÉ**, qui influencent la formation des prix. La classification dichotomique des économistes classiques entre d'une part la **CONCURRENCE PARFAITE** et d'autre part le **MONOPOLE** a prévalu jusqu'au début des années 1930 ; suite aux travaux d'Edward **CHAMBERLIN** et de Joan **ROBINSON**, elle a été progressivement étendue pour tenir compte de la réalité économique, dans laquelle les marchés prennent souvent **des formes intermédiaires** ; ces économistes ont cessé de considérer la concurrence parfaite comme un "must", le régime le plus satisfaisant du point de vue économique, d'autant plus que nous avons vu à la leçon 2 qu'elle était une construction à la fois théorique et utopique.

SS1 : DU MODELE DE CONCURRENCE AU MONDE REEL

Que constatons-nous dans la réalité ?

- ❖ Les marchés concurrentiels assurent selon la **théorie néo-classique** une allocation optimale des ressources, mais le **prix d'équilibre et/ou la répartition des revenus qui en découle peuvent se révéler socialement inacceptables**, incitant les pouvoirs publics à intervenir, au risque quasi certain d'engendrer des effets pervers ;
- ❖ **certains marchés peuvent ne pas exister (on parle de marchés manquants)**, alors que dans le modèle walrassien, tous les marchés sont supposés exister ;
- ❖ en cas de marchés manquants, ou encore pour des raisons historiques, les pouvoirs publics ont été amenés eux-mêmes à produire des biens et services¹, souvent en instaurant des monopoles publics, cibles des thèses néo-libérales ;
- ❖ les positions dominantes (**dénommées par le terme générique « oligopoles »**) sont légion ; si ces entreprises sont à même de **manipuler les prix**, elles doivent dans le même temps anticiper les actions et réactions de leurs concurrents ; leurs stratégies peuvent mener à **la guerre des prix ou à la collusion entre elles, à la diversification de leurs gammes de produits, à la « non price competition »**, ou encore à des mouvements de « fusion-acquisition » tendant vers une situation monopolistique ;

Les entreprises en position dominante sont dites PRICE-MAKERS.

- ❖ l'information est souvent **asymétrique**, sa recherche coûteuse, et le prix sert parfois de seule référence pour juger de la qualité des produits, par ailleurs rarement homogènes ;

¹ C'est le cas lorsqu'il faut mettre en place des infrastructures très onéreuses, comme celles nécessaires à l'électrification domestique en Belgique à la fin du XIX^{ème}, ou encore celles du réseau téléphonique, même époque, et qui devaient fonctionner de manière uniforme.

- ❖ les **externalités**² impliquent que les transactions ne tiennent pas compte de tous les coûts et de tous les bénéfices.

SS2 : STRUCTURES REELLES DE MARCHES « IMPARFAITS »

Les différents types de concurrence imparfaite sont synthétisés dans le tableau de **STACKELBERG**³.

TABLEAU DE STACKELBERG				
↓Dem.	offre →	Un seul vendeur	Quelques vendeurs	Grand nombre ..
Un seul acheteur		Monopole bilatéral	Monopsone contrarié	Monopsone
Quelques acheteurs		Monopole contrarié	Oligopole bilatéral	Oligopsone
Grand nombre		Monopole	Oligopole	Concurrence parfaite

Vous remarquerez que lorsque l'imperfection se situe du côté de l'offre (vendeurs), on utilise des mots en « pole » : monopole, oligopole ; lorsqu'elle se situe principalement du côté de la demande (acheteurs), on utilise des termes similaires en « psone » : monopsone, oligopsone. Le tableau ci-dessous indique pour les formes courantes de concurrence imparfaite les conditions de concurrence pure non respectées.

Type	Condition(s) non respectées	Commentaires
Monopole/Duopole	Atomicité	1/2 offreur(s)
Oligopole	Atomicité	Quelques offresseurs
Concurrence monopolistique	Homogénéité	Marques
Oligopole différencié	Atomicité + homogénéité	Quelques offresseurs+marques

Dans le monde réel, ces structures de marché sont dominantes, surtout les diverses formes d'oligopole. La concurrence parfaite est une exception ... et encore ... Même des marchés qui apparaissent « concurrentiels », comme par exemple celui du lait, où le nombre d'offresseurs et de demandeurs semblent suffisamment importants, ne le sont pas, parce qu'en réalité, **il n'y a pas un marché, mais deux ; d'une part, des centaines d'éleveurs vendent leur lait à quelques grandes firmes transformatrices (en France, Lactalis, Sodiaal [Candia, Yoplait]= oligopsones), et d'autres part celles-ci distribuent le produit fini aux millions de consommateurs (= oligopoles).**

Un peu d'humour économique. Source : MortDeRire.info



² Une externalité (ou effet externe) est un avantage ou un inconvénient (sans compensation monétaire) résultant pour une tierce personne d'une opération économique entre d'autres agents ; ce concept sera exposé à la leçon 4.

³ Baron Heinrich von STACKELBERG (1905-1946), économiste allemand, *Marktform und Gleichgewicht (structures de marché et équilibre)* (1934).

SECTION 2 : CONTOURNER LE MARCHÉ

Objectif 2 : observer comment la fixation autoritaire des prix entraîne des dysfonctionnements

SS1 : POURQUOI « ELUDER » LES MECANISMES DU MARCHÉ ?

Les mécanismes de marché concurrentiel ont suscité de nombreuses critiques, notamment parce qu'ils ne prennent pas en compte la notion de « **justice sociale** ».

✶ L'**optimum de Pareto** (ou « **walrasso-paretien** ») peut parfaitement être atteint alors que nombre de consommateurs ne peuvent s'offrir certains biens essentiels, pour cause de contrainte budgétaire, tandis que d'autres, mieux nantis, nourrissent leur chat de caviar ou de foie gras, parce que telle est leur préférence au sens économique du terme – compte tenu de leur contrainte budgétaire, ils tirent de ce choix une satisfaction optimale.

Dès lors s'impose la solution de **CONTOURNER LE MARCHÉ**, en instaurant des systèmes éludant les mécanismes que nous avons décrits. Le principe est qu'un bon leader, armé d'une batterie d'ordinateurs, peut planifier l'économie, et faire ainsi mieux que le marché.

✶ L'exemple des pays de l'Europe orientale, et en particulier de l'ex-URSS, a été particulièrement édifiant à cet égard : toutes leurs économies ont été pendant des décennies (URSS : 1917-1991) organisées comme des **économies de pénurie**, en ce sens que la planification, en imposant des prix délibérément trop bas pour des biens courants, a créé des **excès de demande**, et donc un rationnement des demandeurs, accentué par le choix de favoriser la production du complexe militaro-industriel (les « canons » de la FPP - leçon 1) – jusqu'à 25% de la production totale (USA : de 4 à 9% durant la guerre froide) ; la FPP nous montre que « plus de canons = moins d'autres biens » ; en outre, pour une population d'ordre de grandeur similaire, la FPP des USA était bien au-dessus de celle de l'URSS.

Par ailleurs, des **interventions étatiques** peuvent créer des **excès d'offre**, comme la PAC⁴ dans l'Union Européenne (UE) : pour protéger les revenus des agriculteurs, l'UE a fixé des prix-planchers et des mécanismes de subventions qui n'incitent nullement à restreindre l'offre, puisque le producteur est sûr d'écouler toute sa production à ces prix, d'où la nécessité d'une politique de **QUOTAS**⁵ pour résorber les excès. En outre, ce système hyper onéreux (40% du budget de l'UE), qui profite d'abord à la France, puis à l'Allemagne, l'Italie, l'Espagne et la Pologne, a généré d'innombrables fraudes aux subventions.

Un peu d'humour économique ; source : Reporterre



⁴ PAC : Politique Agricole Commune, accordant des aides aux agriculteurs afin d'assurer la compétitivité de l'agriculture européenne, la sécurité des approvisionnements et un revenu décent. En 2012, plus de 40% du budget de l'UE y était consacré, au détriment d'autres affectations, nécessitant une réforme ... douloureuse – 32% aujourd'hui.

⁵ Quotas qui font d'ailleurs l'objet d'un marché, certains agriculteurs revendant les leurs à d'autres.

Encadré 3.1 : le marché du lait et des produits laitiers en UE

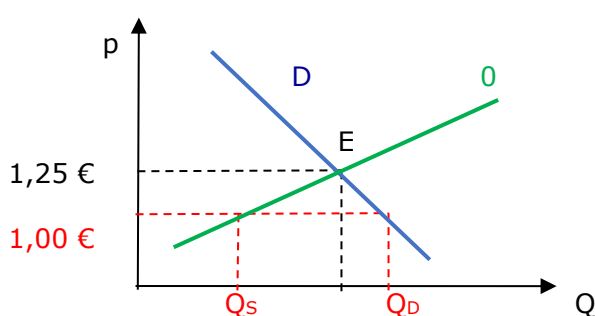
Dès les années 1970, la production de lait dans la CEE (ancêtre de l'UE) s'est révélée excédentaire par rapport à la demande. Dans le but de soutenir la myriade de petits producteurs, l'Europe a décidé de racheter la production excédentaire de lait à un prix de soutien ; ce mécanisme, cohérent dans ses objectifs sociaux (faire vivre les producteurs) et stratégiques (maintenir une indépendance alimentaire), n'incite toutefois pas à la restructuration de la filière, puisque les producteurs sont sûrs de vendre leurs excédents (problème de l'aléa moral exposé infra, L4).

En 1984, devant la charge financière insoutenable, l'Europe a imposé aux producteurs laitiers des **quotas (plafonnement de l'offre)**, solution apparemment adéquate pour maintenir les prix, MAIS Les éleveurs qui étaient en excédent n'ont eu d'autre solution que de faire abattre une partie de leur cheptel, provoquant une hausse de l'offre sur le marché de la viande et donc une chute des prix..., puis transformer leurs pâtures inoccupées en cultures, accroissant la production de céréales ...

Face à la hausse de la demande mondiale, ces quotas ont été supprimés en 2015, avec la conséquence que le prix dépend à nouveau du marché entretenu mondialisé et dichotomisé : la demande primaire est aux mains des grands groupes laitiers (tels Lactalis, Sodiaal, Danone, Nestlé, ... voir infra)⁶. La situation des éleveurs-producteurs s'est depuis incontestablement détériorée.

SS1 : LA FIXATION AUTORITAIRE DE PRIX PLAFONDS

Un gouvernement veut garantir l'accès des moins nantis à certains produits de base, en fixant d'autorité les prix maxima de vente (prix plafond). Prenons par exemple le cas du **pain**, et supposons que dans un contexte concurrentiel, son **prix naturel d'équilibre soit de 1,25 €**. Notre gouvernement, estimant ce prix « socialement » trop élevé, le ramène arbitrairement à 1 €. La conséquence première sera que les boulangers vont fabriquer moins de pain (voir plus du tout, si le prix fixé se situait SOUS leur courbe d'offre) ; il y aura distorsion entre l'offre et la demande (**RATIONNEMENT DES DEMANDEURS : $Q_s < Q_D$**).



Graphique 3.1: fixation autoritaire d'un prix inférieur au prix d'équilibre

Pour tenter de résoudre ce problème, le gouvernement dispose en fait de trois solutions : **LA COERCITION, LA PLANIFICATION GENERALE DES PRIX, OU LE SUBVENTIONNEMENT.**

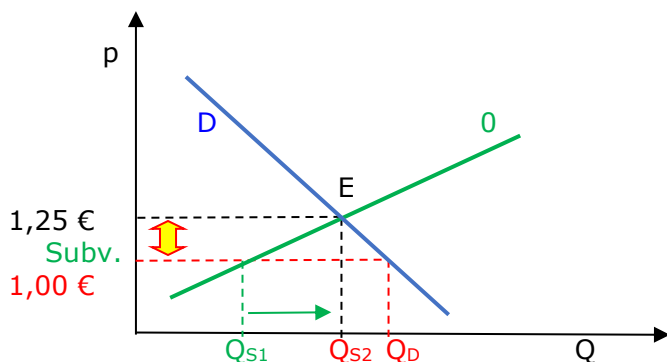
⁶ Voyez notamment <http://www.lefigaro.fr/conjoncture/2015/04/01/20002-20150401ARTFIG00008-ce-que-va-changer-la-fin-des-quotas-laitiers-en-europe.php> (consulté le 7 août 2021)

Un dictateur peut se contenter d'imposer aux boulangers de produire un certain quota de pains, en faisant fusiller ou emprisonner les récalcitrants ; il ne restera alors aux boulangers qu'à essayer d'adapter leurs coûts au nouveau prix, en réduisant la qualité de leurs produits (ersatz), en exploitant leurs ouvriers, ... Cette solution « politiquement incorrecte » pénalisera tout un secteur de l'économie ; QUI demain voudra encore devenir boulanger ?

La seconde solution consiste à étendre le contrôle des prix sur les inputs (farine, produits laitiers, matériel, énergie, salaires, ...), en fixant leur prix sous celui d'équilibre.

☀ Cette solution tend effectivement vers une PLANIFICATION GENERALE DES PRIX, y compris ceux des facteurs de production. Le marché n'a plus alors aucun rôle à jouer dans la formation des prix. Cette solution implique une surveillance totale de l'économie à l'aide d'une armée de fonctionnaires, afin d'éviter tout dérapage. En outre, la fixation arbitraire des prix modifie la perception qu'ont les consommateurs des prix relatifs, et en conséquence leur comportement qui s'éloigne du « rationnellement économique » (revoyez à la leçon 1 l'économie planifiée).

La troisième solution, qui apparaît sans doute comme la plus sensée, consiste à PAYER AUX BOULANGERS UNE SUBVENTION ↑ égale à la différence entre le prix fixé et le prix naturel du marché, soit 0,25 €. Remarquez que si c'est bien le producteur qui reçoit la subvention, c'est en fait le consommateur qui est subventionné.



Graphique 3.2 : fixation autoritaire d'un prix inférieur au prix d'équilibre avec subventionnement

☀ On constate que malgré la subvention (pour atteindre le prix naturel du marché), il reste un excès de demande (Q_S a augmenté, de Q_{S1} à Q_{S2} , mais Q_D n'a pas baissé). La question se pose dès lors de savoir quels vont être les consommateurs comblés : les lève-tôt, ou les copains du boulanger ? Ce qui est classique dans ce cas, c'est l'apparition d'un marché noir sur lequel du pain pourra être acheté, mais à un prix supérieur à 1,25 € - c'est une application de la captation du surplus du consommateur. De plus, le subventionnement génère des problèmes d'ordre macro-économique, en particulier celui des finances publiques, notamment dans les pays moins développés ; lorsqu'il s'agit de subsidier des produits de base, largement consommés, on se heurte à la difficulté du mode de financement : soit il faut pénaliser d'autres secteurs, ou les agents à haut revenu, par une fiscalité excessive, soit les pouvoirs publics recourent à l'endettement, surtout extérieur, et les conséquences à long terme sur les variables macro-économiques agitent tôt ou tard le spectre de la VERITE DES PRIX⁷. 🚗

https://www.google.com/search?q=%C3%A9conomie+la+v%C3%A9rit%C3%A9+des+prix&rlz=1C1CHBF_frBE824BE824&sxsrf=APwXEdFbtI2KqIgi47Ls6xpB5V-rWnXEYQ:1687250627330&source=lnms&tbn=vid&sa=X&ved=2ahUKEwi7w6eyutH_AhVEi_OHHavGCoAQ0pQJegQICBAG&biw=768&bih=357&dpr=2.5#fpstate=ive&vld=cid:4b43d10f,vid:cCyJuZgRy6A (durée 3'06)

⁷ L'application de la « vérité des prix » sur des denrées alimentaires a généré de violentes émeutes entre autres au Maroc et en Tunisie en 1981 et 1984. Ce problème y reste d'actualité. En Tunisie, en 2018, la part de la subvention sur les principaux produits alimentaires variait de 30% à près de 60% (30% sur la baguette, 56% sur la semoule). Le gouvernement constate que le système est inefficace ; voici à ce propos la réaction d'un jeune tunisien postée sur le net : « Vaut mieux tard que jamais ... mais pour l'amour de dieu faites-le et qu'on en finisse avec cette satanée subvention qui n'enrichit que les requins de tous genres. Que les travailleurs soient payés décemment ... des milliers d'employés sont encore payés en dessous du SMIG en toute illégalité... les subventions profitent aux riches... il n'y a aucun doute là-dessus ! » Si le sujet vous intéresse, voyez http://www.cres.tn/uploads/tx_wdbiblio/rapport_impact_des_subvention_01.pdf (consulté le 22 novembre 2022) ... édifiant !

Face à l'excès de demande, le **rationnement**, par exemple à l'aide de cartes, tel qu'on l'a connu chez nous durant les 2 guerres du XX^{ème}, apparaît comme une issue socialement correcte, car il a le mérite de réduire **a priori** les effets de l'inégale distribution des richesses. Cependant, il présente l'énorme désavantage de restreindre la liberté de choix des individus.

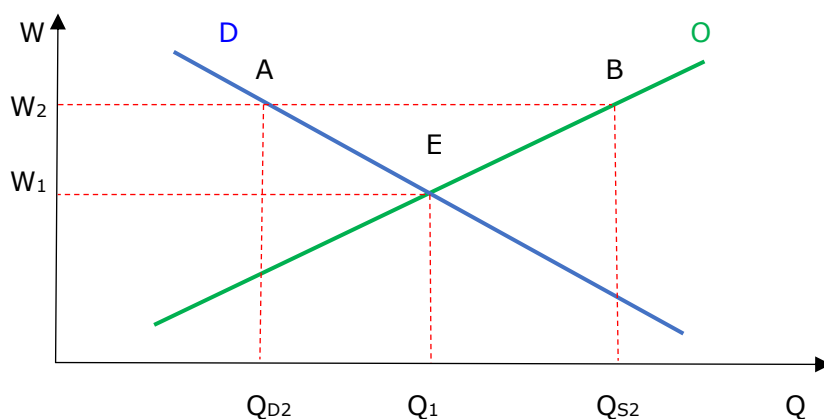
☀ chacun reçoit une carte de rationnement pour les différents produits disponibles, y compris pour ceux qu'il n'apprécie pas. Un palliatif peut être trouvé, **en transformant la carte en points d'achat et en fixant ainsi en quelque sorte le montant du revenu que le consommateur peut affecter aux produits rationnés ; leur prix est fixé cumulativement en argent ET en points ; si l'on constate qu'un produit est trop demandé, il suffit de monter son prix en termes de points, ce qui n'est rien d'autre qu'un mécanisme de marché !!!**

Ce système n'empêche pas le développement d'un **marché parallèle** qui ne présente pas que des inconvénients, dans le sens où il incite les individus à travailler pour obtenir l'argent nécessaire à ces achats complémentaires. Les problèmes posés par le marché noir sont d'une part qu'il détourne des ressources productives du circuit normal, en y appauvrissant souvent la qualité de la production, et d'autre part qu'il accentue les inégalités sociales, outre qu'il prive les pouvoirs publics de recettes fiscales.

Le **PLAFONNEMENT DES PRIX** reste pour nos politiciens une mesure séduisante, car elle donne l'impression que chacun peut ainsi s'offrir le bien ou le service concerné. Mais qu'en est-il réellement ? Voyez dans les applications l'analyse de la problématique du contrôle des loyers.

SS2 : SUR LE MARCHÉ DU TRAVAIL ... LA FIXATION D'UN SALAIRE PLANCHER

Selon les économistes classiques, le marché du travail fonctionne selon un schéma offre-demande. L'offre de travail (et non d'emploi !) émane des travailleurs, et la demande des entreprises. L'équilibre se situe à la rencontre de l'offre et de la demande.



Graphique 3.3 : marché du travail néo-classique avec fixation d'un salaire (W = wage) plancher

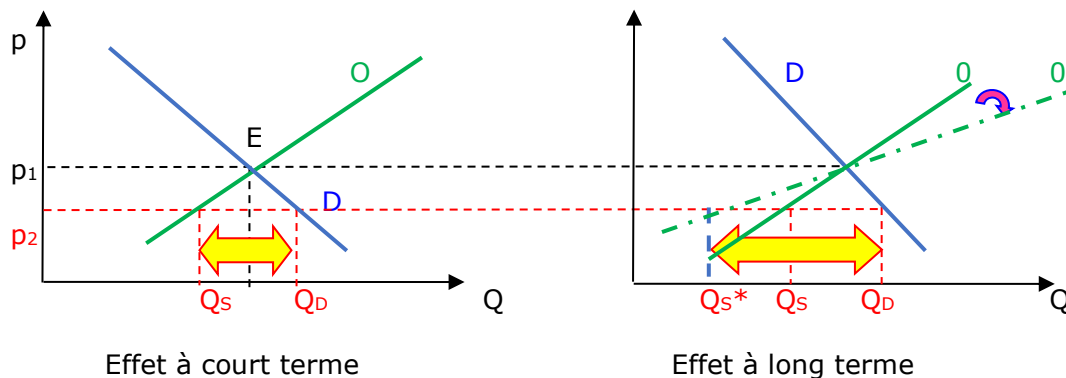
☀ W_1 est le salaire d'équilibre. Un gouvernement peut estimer ce salaire trop bas et donc inacceptable ; il va fixer un salaire plancher à W_2 , dénommé salaire minimum, qui incite les agents à accroître la quantité de travail offerte à Q_{S2} , tandis que les entreprises réduisent leur demande à Q_{D2} . Il en résulte un excès d'offre qui se traduit par un chômage AB – une partie des agents désirant travailler au salaire W_2 ne trouvant pas d'emploi.

Suite aux grandes manifestations d'éleveurs en août 2015, dénonçant un prix trop bas pour le porc, le gouvernement français a fixé un **prix plancher** ; résultat : **les deux plus grands industriels refusent de participer à la cotation (au marché), qui est suspendue ; ils préfèrent le porc allemand ou espagnol, moins cher, et les éleveurs français se retrouvent avec des animaux ... qui deviennent invendables et coûteux à entretenir – situation pire qu'avant le prix-plancher.**

La raison de cet échec est que le marché du porc est dichotomisé : d'une part le porc sur pied d'autre part les produits finis porcins. Ces deux marchés sont IMPARFAITS : sur le premier, l'offre est assurée par plus de 10.000 éleveurs, la demande essentiellement par quelques grands groupes de l'industrie agro-alimentaire – c'est donc **un OLIGOPSONE**. Le second est pratiquement un **OLIGOPOLE**, l'offre émanant de ces groupes, la demande des consommateurs. **Fixer autoritairement des prix sur un marché en oligopsone est une ineptie.**

2. LE LEURRE DU CONTROLE (ENCADREMENT) DES LOYERS⁸

Dans nombre de grandes villes de par le monde, des lois régissent le **CONTROLE DES LOYERS**. Le cas est classique : la forte demande de logements, face à une offre souvent insuffisante, fait monter **les loyers à un niveau intolérable pour les classes défavorisées, voire pour les classes moyennes**. Les responsables politiques fixent pour certaines catégories d'immeubles un loyer-plafond (p_2 dans notre graphique), permettant aux moins nantis de se loger décemment. Néanmoins, en pratiquant de la sorte, on crée artificiellement de la rareté ($Q_D - Q_S$) : $\longleftrightarrow$ = pénurie de logements ...



Graphique 3.3 : contrôle des loyers par fixation d'un prix plafond : effets à court terme (gauche) et à long terme (droite)

Il y a pire: **le problème va normalement s'aggraver à long terme.**

✶ En effet, alors que l'offre de logements est rigide à court terme (notamment, manque de terrains dans les centres urbains), elle devient **plus élastique à long terme** ($O \rightarrow O'$ – destruction de quartiers insalubres, rénovation, ...) ; la quantité d'appartements offerts au prix p_2 baisse, car sans incitation les propriétaires ne sont pas encouragés à investir à ce prix ; la pénurie se généralise ($Q_D - Q_{S^*}$).

⁸ Le problème est récurrent depuis des décennies ; voyez à ce sujet le portefeuille de lecture ci-dessous

On se rend compte que les locataires en place jouissent d'une sorte de rente de situation, **tandis que les propriétaires des immeubles au loyer non régulé bénéficient d'une rente au sens ricardien du terme⁹**, ce qui induit une inégalitaire répartition des richesses à leur profit¹⁰.

En outre, il n'est pas rare, dans cette situation, de voir **le propriétaire dont le bien se libère « inciter » les candidats locataires à lui verser un dessous de table (appelé « pas-de-porte »)** pour être l'heureux élu !!! La loi pénalise ainsi les plus pauvres, ceux qui n'ont pas les moyens de payer le pas-de-porte, un loyer élevé ou de s'acheter une habitation, les obligeant à s'installer en périphérie avec chaque jour des heures passées en trajets inconfortables.

🔥 On suit avec intérêt l'expérience à nouveau menée à Paris dès 2015, où 25% des loyers de logements non sociaux sont plafonnés. **Notre modèle prédit d'abord un afflux massif de candidats locataires, une rente de situation pour ceux qui ont un bail, un désintérêt des propriétaires pour leur bien, et à terme une modification dans la structure de l'offre de logements.** Et voici ce qui s'est passé : les investissements immobiliers ont fortement reculé (au contraire du reste de la France) ; contournement du plafonnement, 20.000 biens au moins ont été retirés du marché locatif pour être placés sur des plates-formes de location saisonnière, ... Les politiciens, sûrs de leur fait, n'en ont évidemment cure ... ¹¹ ... Ils se contenteront de voter de nouvelles lois ou réglementations contre ces locations saisonnières ... qui n'en doutons pas seront à leur tour contournées ...

📺 <https://www.dailymotion.com/video/x7di31s> (durée 3'16) *excellente synthèse*

Un peu d'humour économique – source :

http://www.cabinetdesplat.com/infos/dessin/dessin.asp?aff=article&art=k4_4360295



12

⁹ Pour rappel, dans ses « Principes d'économie politique et de l'impôt » (1817), **Ricardo** expose sa théorie de la rente foncière : la croissance durable de la population et donc de la production (alimentaire) fait monter le prix de la terre (qui devient relativement plus rare par rapport aux autres biens), et des loyers versés aux propriétaires, qui s'accaparent une part plus importante des revenus au détriment du reste de la population. Ce principe peut être aisément transposé dans nos économies contemporaines, notamment en matière de loyer dans les grandes zones urbaines, ou encore de prix de matières premières se raréfiant (pétrole, ...). Sur de longues périodes, il induit une répartition du revenu plus inégalitaire, pouvant engendrer des problèmes économiques, politiques et sociaux.

¹⁰ Une solution consiste à construire du logement public à loyer modéré, mais en général le problème d'excès de demande subsiste et une forme d'injustice risque d'apparaître dans l'attribution de ces logements (clientélisme politique, gauchisme « bobo » ou critères subjectifs).

¹¹ Intéressé ? Voyez https://www.challenges.fr/immobilier/paris-quels-seront-les-effets-secondaires-a-l-encadrement-des-loyers_661605, consulté le 21 novembre 2022

¹² Cécile Duflot (1975), ministre française EELV du logement sous la présidence de F. Hollande (2012), auteure d'une loi sur le contrôle des loyers.

Une étude américaine montre que, contrairement à l'idée de départ, plafonner les loyers pourrait au final être préjudiciable aux locataires.

Un peu partout dans le monde, accompagnant la dynamique de métropolisation, l'accessibilité au logement devient toujours plus difficile à mesure que les loyers augmentent et que les salaires stagnent : nombreux sont ceux qui doivent quitter leur logement faute d'être dans la capacité de suivre l'évolution des loyers. Si le logement constitue un bien fondamental pour les ménages, il est en même temps un actif qui fait l'objet de transactions sur un marché. Une demande croissante de locations doit s'ajuster à une offre locale fixe. Le marché locatif obéit ainsi à certaines réalités, en particulier à un ajustement des prix à la hausse.

Une mesure de bon sens a priori « bienveillante »

Pour limiter cet ajustement préjudiciable aux locataires, le contrôle des loyers semble être une mesure de bon sens, plutôt populaire chez les électeurs et les politiques. Si les loyers sont trop élevés, il suffit de les plafonner, et les locataires seront moins contraints de quitter leur logement. L'idée générale est que les propriétaires ne sont pas autorisés à dépasser certains niveaux de loyers, fixés arbitrairement par les pouvoirs publics. La croyance dans l'efficacité de cette mesure semble se nourrir de l'absence d'expérimentations scientifiques sérieuses. Mais, la chercheuse Rebecca Diamond et ses collègues de Stanford viennent de publier une analyse des effets qu'a eu la mise en place du contrôle des loyers à San Francisco en 1979 et en 1994*. Ils montrent que le plafonnement des loyers favorise en effet directement les locataires qui en bénéficient car ceux-ci restent plus longtemps dans leur logement : ils ont observé une réduction des départs de 20 %, en particulier parmi les minorités les plus fragiles, ainsi qu'un maintien de la diversité. Cette assurance contre les augmentations de loyers reste ainsi précieuse pour les locataires qui ont développé un réseau d'amis et/ou de famille, qui sont à proximité de leur travail etc., bref pour ceux qui sont fortement inscrits dans la communauté locale. Pourtant, cette mesure a priori bienveillante, a abouti à des effets globaux totalement contre-productifs, à l'opposé du but recherché de protection des locataires.

Des conséquences négatives pour les locataires

Les grandes conclusions de leur enquête corroborent en réalité une abondante littérature scientifique sur le contrôle des prix : le coût social global de cette mesure a été très élevé, et de nombreux effets collatéraux non attendus ont changé le marché locatif de la ville. Les chercheurs ont observé que le plafonnement des loyers :

- incite les propriétaires à vendre leurs biens à de nouveaux propriétaires occupants, donc réduit au final l'offre de locations disponibles. À San Francisco, l'offre de logements en location a diminué de 15 % après l'instauration de cette mesure, et renchérit les loyers non contrôlés de la zone (exemptés pour diverses raisons) de plus de 5 % ;
- encourage la gentrification des zones que l'on veut protéger car les locataires disparaissent au profit des propriétaires, soit l'exact opposé du résultat attendu ;
- crée de l'inertie artificielle et un marché de la location au ralenti : une fois qu'un locataire a obtenu un appartement à loyer contrôlé, il n'aurait plus intérêt à déménager, même si ses besoins en matière de logement changent. Quand les enfants quittent le foyer familial par exemple, les parents n'ont aucun intérêt à quitter le bien, ce qui pénalise l'entrée d'une jeune famille dont les besoins sont plus en adéquation avec la nature du logement. Ce ralentissement de la rotation du marché conduit à une organisation sous-optimale des logements ;
- entraîne une dégradation du parc de logements locatifs : les propriétaires n'investissent plus dans l'entretien des logements car ils ne peuvent pas récupérer cet investissement en augmentant leurs loyers et compensent le loyer perdu ;
- réduit l'incitation financière à construire de nouveaux logements car les projets immobiliers deviennent moins rentables commercialement.
- incite les propriétaires à vendre leurs biens à de nouveaux propriétaires occupants, donc réduit au final l'offre

Une mesure jugée positive pour les investisseurs

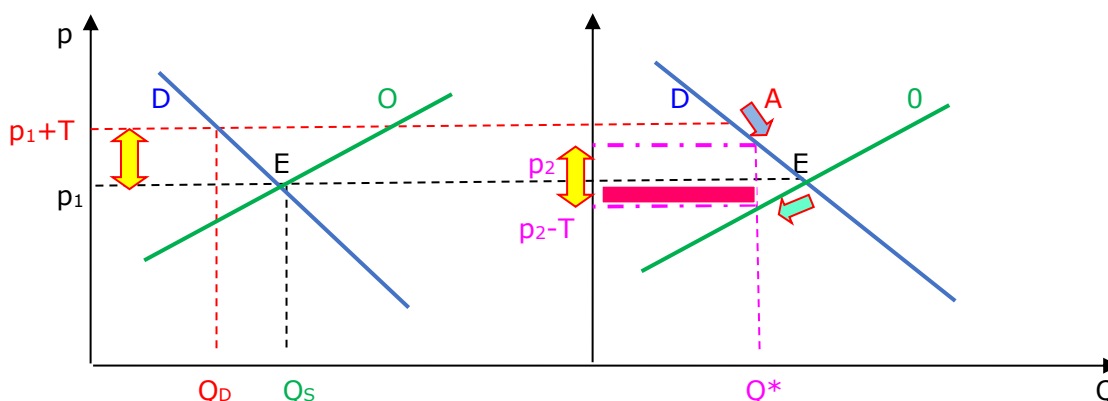
Pour autant, l'analyse des économistes ne recoupe pas réellement celle de certains professionnels. Le Financial Times s'est récemment fait l'écho d'une étude d'un gestionnaire de fonds qui possédait pour plus de 4 milliards d'euros de biens en location au Royaume-Uni (sans contrôle des loyers) et en Allemagne (avec contrôle des loyers). Étrangement, le contrôle des loyers est jugé positivement car il représente un avantage financier autant pour les propriétaires que pour les locataires. En effet, les locations en Allemagne durent huit ans en moyenne, contre deux ans à peine au Royaume-Uni, offrant ainsi l'avantage de créer de la stabilité pour les investisseurs et une plus grande sécurité pour les locataires. Avec des contrats de location de long terme, les locataires allemands gagnent en visibilité sur le loyer futur quand les anglais, avec des contrats de moins d'un an, restent soumis à de fortes incertitudes. Au Royaume-Uni, à l'expiration du bail, les locataires peuvent devoir accepter une forte augmentation de loyer ou déménager, ce qu'ils font le plus souvent. Une situation loin d'être optimale pour les propriétaires qui doivent supporter de la vacance locative et engager des frais pour retrouver des locataires. Plus encore, l'étude a montré que les dépenses pour travaux étaient plus importantes avec des locataires courte durée car ceux-ci se considéraient moins comme « chez eux », avec pour conséquence une dégradation des biens plus rapide. Ainsi, la stabilité et la prévisibilité des revenus des locations contribuent à attirer les investisseurs institutionnels qui préfèrent la sécurité au risque. Leurs analyses financières montrent même que les immeubles locatifs en Allemagne génèrent des revenus nets supérieurs de 10 à 15 % à ceux du Royaume-Uni.

Le contrôle des loyers est souvent brandi comme arme de justice sociale par des politiques qui aiment s'afficher soucieux de l'intérêt général. Pourtant, les évaluations macroéconomiques de cette mesure tendent à révéler les effets contre-productifs pour l'ensemble des locataires, de la réduction de l'offre à la gentrification, des résultats loin de la bienveillance affichée. À l'inverse, cette mesure satisferait les investisseurs financiers, qui n'ont pas a priori le souci de l'intérêt général et qui affichent une posture plus favorable à la stabilité offerte par un contrôle de la croissance des loyers. De quoi rebattre les cartes de certaines postures politiques.

* « *The Effects of rent control expansion on tenants, landlords, and inequality : Evidence from San Francisco* », R. Diamond, T. McQuade, and F. Qian, 2019, *American Economic Review*, 109 (9) : 3365-94.

SS4 : COMPLEMENTS POUR LES « CURIEUX » : LES EFFETS PERVERS DES TAXES SUR LA PRODUCTION

Jusqu'à présent, nous avons supposé que le prix d'un bien résultait du mécanisme de l'offre et de la demande. Or, dans la réalité, **le prix à la consommation inclut les taxes indirectes** imposées par les pouvoirs publics ; certaines de ces taxes frappent directement la production, d'autres la transaction (telle la **TVA**). Pour comprendre comment ces taxes vont affecter l'équilibre, voyons le marché d'un bien où le prix d'équilibre se situe à p_1 ; supposons que le gouvernement instaure sur ce bien une taxe fixe à la consommation d'un montant T ➡



Graphique 3.4 : effets d'une taxe sur l'équilibre du marché

❗ On comprend que **le prix à la consommation ne peut pas se fixer à $(p_1 + T)$** , car à ce niveau, il y a un **déséquilibre** en quantité ($Q_s > Q_D$), Q_s n'évoluant pas parce qu'une taxe à la consommation n'augmente pas le prix perçu par les offreurs. La taxe **réduisant les quantités demandées**, les producteurs vont devoir diminuer leur production, en **descendant sur leur courbe d'offre** (➡). Les producteurs vont recevoir un prix **inférieur** à p_1 ($p_2 - T$), tandis que les consommateurs paient un prix p_2 , inférieur à $(p_1 + T)$ ■ = part de la taxe supportée par les producteurs.

La mesure dans laquelle p_2 excède p_1 dépend des élasticités respectives de S et D.

❗ Si la demande est très inélastique ou captive (obligation d'acheter à un petit nombre de producteurs), le nouveau prix p_2 incorporera la quasi-totalité de la taxe T ; dans ce cas, on dit parfois que les producteurs sont insensibles à la fiscalité. C'est là une erreur de raisonnement, car les quantités demandées étant moindres qu'auparavant, **les producteurs se retrouvent avec des capacités excédentaires** ; à plus long terme, la capacité de cette industrie sera réduite, afin de retrouver un taux de return normal sur le capital ; les facteurs non mobiles (par exemple, les travailleurs peu qualifiés) verront leurs revenus diminuer, ou subiront le chômage ; les investissements dans cette branche peuvent rester en dessous de leur seuil optimal. Une taxe à la production produit des effets identiques.

Les courbes de demande des biens indispensables sont relativement inélastiques, et la loi d'Engel montre l'importance de ces biens dans les budgets modestes ; les taxes (TVA, ...) sur ces biens seront dans une large mesure économiquement à charge du consommateur, et sont de ce fait **INJUSTES** pour les ménages les moins bien nantis. C'est pourquoi les biens alimentaires sont en général peu taxés, pour ne pas pénaliser les familles modestes ... mais les riches se nourrissent quand-même « à bon compte ».

Typique est l'idée séduisante pour les politiciens de **taxer très fortement les produits de luxe** comme les voitures de sport ou les bijoux très haut de gamme, ce qui apparaît à la fois comme une décision de bon sens (les riches ont de quoi payer) et comme un acte de justice sociale (transfert des riches vers les pauvres). Toutefois, notre modèle prédit que **SI** la demande est relativement élastique et que l'offre est relativement inélastique (rigide), **la charge fiscale reposera surtout sur les épaules des fabricants, et donc de leurs travailleurs ! Voilà le paradoxe : notre taxe sur les produits de luxe peut indirectement frapper ... des ouvriers !** La situation sera évidemment toute autre si la demande est relativement inélastique, ou positive de type **VLEBEN**, ce qui semble être souvent le cas.

SECTION 3 : LES MARCHES IMPARFAITS

Objectif 4 : découvrir la nature du marché oligopolistique.

SS1 : OLIGOPOLES ET MONOPOLES

1. MARCHES & COMPORTEMENT DES ENTREPRISES

Nous avons défini **l'oligopole comme un marché sur lequel évolue un petit nombre de firmes¹³**, face à un très grand nombre de demandeurs. On parlera :

- ❖ d'**OLIGOPOLE DIFFÉRENCIÉ**, lorsque les produits ne sont pas homogènes ;
- ❖ d'**OLIGOPOLE ASYMÉTRIQUE (PRICE LEADERSHIP)**, lorsqu'une entreprise domine les autres et d'**OLIGOPOLE MÉLANGÉ**, s'il y a plusieurs price leaders.

🔥 Exemples : les eaux minérales en France : 3 entreprises occupent 90% du marché et commercialisent sous différentes marques : Danone (Evian, Volvic), Nestlé (Perrier, ...) et Castel (St-Yorre, Vichy, ...) ; le marché de la téléphonie mobile dans les pays européens est également oligopolistique : en général, 4 grands opérateurs accaparent l'essentiel du marché. On retrouve des oligopoles dans de très nombreux secteurs industriels (pétrole, acier, ...) ou commerciaux (grande distribution : Carrefour, Auchan, Lidl, Aldi, Leclerc, ...). Le schéma à la page suivante montre que de nombreux produits que nous consommons quotidiennement sont fabriqués et commercialisés par des entreprises oligopolistiques – « **les 10 groupes qui contrôlent pratiquement tout ce que vous achetez.** »

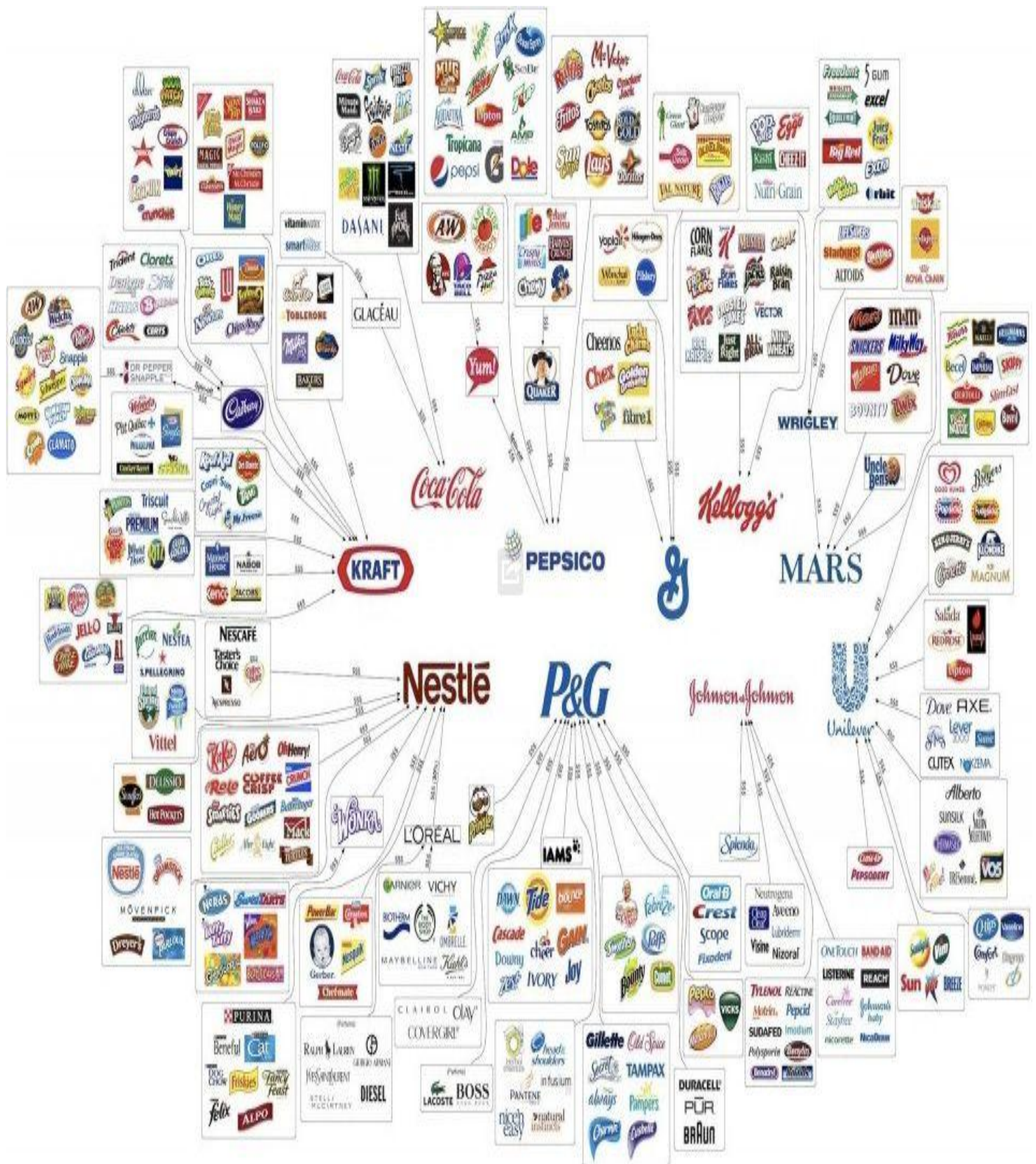
Comme vous le constatez, il s'agit de sociétés de (très) grande taille, à production diversifiée, offrant en général chacune des produits similaires sous des marques différentes.

🔥 Par exemple, le groupe **Procter and Gamble (PG)** fabrique des poudres à lessiver sous les marques Ariel, Bonux, Dash, Tide ; **Unilever** produit Skip, Omo, Persil, Coral, ..., mais aussi e.g. les moutardes et/ou mayo Amora, Calvé, Maille, Helleman's ; le groupe **Kraft Heinz** est impliqué dans la fabrication et/ou la commercialisation de marque telles que Lu, Milka, Côte d'Or, Prince, Suchard, Oréo, ... et le consommateur pense qu'il y a concurrence lorsqu'il choisit un paquet de poudre, de la moutarde, de la mayo, du chocolat ou des biscuits !

🔥 En accord avec les **thèses néolibérales** en vogue, la **Commission Européenne exige la mise en concurrence d'activités traditionnellement exercées par des monopoles publics**, telles que la téléphonie, les transports en commun par rail ou route, la poste, ... ; or, nous constatons que le démantèlement des structures publiques et l'ouverture à la concurrence ne mènent pas à un marché réellement concurrentiel - **c'est pratiquement impossible vu les investissements nécessaires pour prendre pied dans ces secteurs**, mais à **des situations oligopolistiques**, bien plus complexes à « gérer » que le monopole ou la concurrence (presque) parfaite. Ainsi, dans le secteur de la téléphonie mobile, le Conseil de la Concurrence français a infligé en 2005 une amende totale de 534 millions d'euros à SFR et Orange et Bouygues Telecom pour une entente sur le partage du marché entre 1997 et 2003. Et actuellement, les quatre opérateurs du marché français (les 3 cités ci-dessus + Free mobile) restent dans le collimateur des autorités de la concurrence, notamment pour pratiques commerciales trompeuses – Free a écopé d'une amende de 2,2 millions d'euros en 2024.

¹³ La Commission européenne utilise l'**indice de concentration Herfindahl-Hirschmann (IHH)**, qui additionne les carrés des parts de marché (x 100) des entreprises « dominantes » ; dès que l'IHH excède 1.000, il y a déjà concentration moyenne, et forte au-delà de 1.800. Lorsqu'un projet de fusion/acquisition voit le jour, la Commission analyse l'impact sur l'IHH, et en cas d'augmentation importante peut bloquer l'opération.

Les 10 groupes qui contrôlent pratiquement tout ce que vous achetez.



Source : <https://atlantico.fr/article/decryptage/dix-groupes-controlent-tout-ce-que-vous-achetez-la-concurrence-est-elle-une-vue-de-esprit-oligopole-patrick-hubert> (consulté le 27 novembre 2022)

Et il y a maintenant mieux (ou pire, selon l'opinion que l'on en a) – encadré 3.2 ci-dessous.

Encadré 3.2 : les nouveaux trusts du XXI^{ème} siècle

Ces trusts, ce sont les **GAFAM** (déjà un peu plus anciens) : Google, Apple, Facebook/Meta, Amazon, (Microsoft), et plus récemment les **NATU** : Netflix, Airbnb, Tesla, Uber. Les capitalisations boursières ¹⁴ d'Apple et Amazon sont respectivement de +/- 3.000 et 2.256 milliards \$ (20 juin 2025, mais fluctuantes ; 130 milliards « seulement » pour Unilever), les 5 GAFAM pèsent plus que le produit intérieur de tous les pays (Belgique : 715 milliards \$), exceptés les USA, le Japon et la Chine ... La trésorerie cumulée des GAFAM atteindrait 590 milliards \$, soit un montant supérieur au PIB 2024 de pays comme l'Autriche (560) ou le Portugal (290). Ce « trésor de guerre » leur permet d'acheter des start-ups susceptibles de les concurrencer à terme (tels Instagram et WhatsApp, rachetées par Facebook/Meta respectivement en 2012 et 2014), aboutissant ainsi à une forme de monopole malgré les lois anti-trust – on parle de **marché non contestable**, où l'entrée de nouveaux concurrents est très difficile.

Les problèmes posés par ce type d'entreprise sont légion. Prenons l'exemple d'Amazon : il est évident qu'elle tue de nombreux petits commerces, et met la grande distribution en difficulté. Or, proportionnellement au CA, une enseigne comme Carrefour emploie plus de personnel qu'Amazon ... La « chaîne de valeur » y est aussi totalement différente : la production est à haute valeur ajoutée (développement des applications, gestion des données, ...) exigeant un personnel ultra-qualifié et bien rémunéré, la distribution est à basse valeur ajoutée, avec une main-d'œuvre relativement importante peu qualifiée, payée au SMIC et aux conditions de travail peu enviables (similaires au travail à la chaîne). Les régions qui accueillent les centres de distribution deviennent des sortes de « colonies digitales ».

Mais il en va de ce système pervers comme du sexe tarifé : il se développe parce que la demande existe ! Google, qui en 2018 voulait se réimplanter en Chine, projetait de lancer une version « filtrée » de son moteur de recherche, donc compatible avec la censure d'internet imposée par le gouvernement (« la grande muraille électronique »). Droits de l'Homme ?? Projet abandonné, mais grande est la tentation. Pour les entreprises du numérique, le terrain de jeu est mondial, et le leader « rafle » le marché, empêchant quasiment toute concurrence – principe du « the winner takes it all ».

Objectif 5 : appréhender les notions de la théorie des jeux et ses applications à l'oligopole.

2. STRATEGIE : LA THEORIE DES JEUX ET LE DILEMME DU PRISONNIER

Sur un marché oligopolistique, chaque entreprise sait que son profit dépend de sa production, mais aussi de celle des autres. L'économiste K.W. ROTHCHILD¹⁵ a écrit que **la théorie de l'oligopole a beaucoup à apprendre de l'ouvrage « De la Guerre » de CLAUSEWITZ¹⁶** : avant d'opter pour une stratégie déterminée, ces entreprises, tout comme les experts militaires, doivent toujours se préoccuper des réactions des adversaires potentiels ou réels.

La THEORIE DES JEUX est une METHODE D'ANALYSE DES SITUATIONS D'INTERACTIONS STRATEGIQUES, conçue par **John von NEUMANN¹⁷**. Cette théorie s'applique sans difficulté à toutes sortes de « jeux » : situation à caractère (géo)politique, conflit entre entreprises, ...

¹⁴ Obtenue en multipliant le nombre d'actions représentant le capital par leur cours de bourse

¹⁵ Kurt Wilhelm ROTHCHILD (1914-2010), économiste autrichien, *Price Theory and Oligopoly*, in *Economic Journal*, 1947.

¹⁶ Karl von CLAUSEWITZ (1780-1831), général et théoricien militaire prussien, *Vom Kriege* (1832), encore étudié aujourd'hui dans nombre d'académies militaires (formation des officiers)

¹⁷ John von NEUMANN (1903-1957), mathématicien américano-hongrois, pionnier de la conception des premiers ordinateurs et du « numérique » ; l'architecture « von Neumann » est toujours utilisée aujourd'hui ; *theory of Games and Economic Behavior* (1944 - avec Oskar MORGENSTERN, économiste américain, 1902 - 1977). Les prix Nobel 2005 Robert AUMANN (1930 – Université Hébraïque Jérusalem) et Thomas SCHELLING (1921 – 2016, Université du Maryland) ont développé une théorie de « décision interactive », extension de la théorie des jeux, pour expliquer les conflits économiques.

Tout jeu est caractérisé par des règles, des stratégies, des gains ... :

Règles	Stratégies	Gain
Environnement économique, (géo)politique, social ✓ maximisation du profit ✓ législations ✓ courbe de demande ✓ technologie, coût des facteurs de production	Actions possibles sur ✓ la production ✓ les prix ✓ la publicité ✓ ...	Bénéfices ou pertes

Un jeu bien connu, le « **DILEMME DU PRISONNIER**¹⁸ », décrit certaines situations fondamentales du duopole, cas particulier d'oligopole (e.g. Boeing – Airbus, ...) ; il démontre notamment la difficulté de maintenir la coopération entre les protagonistes. Imaginons la situation suivante : le fringant Rudy et la belle Hélène ont été pris par la police en flagrant délit de vol de voiture, pour lequel la peine encourue est de trois ans de prison. Mais ... il y a le cadavre d'un homme assassiné dans le coffre, sans que les policiers n'aient pour ce meurtre une preuve de leur culpabilité. L'idéal pour les policiers serait que l'un des deux complices au moins avoue.

Les policiers les séparent immédiatement, et leur expliquent la situation : compte tenu des soupçons qui pèsent sur eux, s'ils avouent tous 2 le meurtre, ils prendront 15 ans de prison. Si l'un avoue, en dénonçant l'autre, sa peine « négociée » sera ramenée à un an, tandis que l'autre écoperait de 30 ans. Si aucun n'avoue, ils prendront 3 ans pour le vol de voiture. **Ainsi sont fixés les règles du jeu, les stratégies (avouer ou nier) et les « gains » (les années de prison).** Construisons la matrice des gains :

STRATEGIES DE RUDY

STRATEGIES D'HELENE

		AVOUER	NIER
AVOUER	HELENE	15 ans	30 ans
	RUDY	15 ans	1 an
NIER	HELENE	1 an	3 ans
	RUDY	30 ans	3 ans

❗ Chaque prisonnier se trouve ainsi confronté à un dilemme. Si chacun nie, ils ne prendront que 3 ans. Mais voilà : l'autre niera-t-il, sachant que si son comparse avoue, il prendra alors 30 ans ? CHACUN SE POSE DONC LA QUESTION DE L'ATTITUDE DE L'AUTRE. Pour résoudre ce dilemme, il faut trouver l'équilibre du jeu, le concept fréquemment utilisé étant celui de John F. NASH¹⁹. On appelle équilibre de NASH une configuration de stratégies telle qu'aucun joueur n'a intérêt à modifier la sienne, étant donné celles adoptées par les autres. Donc Hélène doit prendre la meilleure décision possible, compte tenu de la décision de Rudy ; il en va de même pour ce dernier, mutatis mutandis. Mettons-nous à la place d'Hélène, qui sait que sa sanction dépend en fait de la décision de Rudy :

- ❖ s'il avoue, elle a aussi intérêt à avouer (sanction : 15 ans au lieu de 30) ;
- ❖ s'il nie, elle a intérêt à avouer et à le dénoncer (sanction : 1 an au lieu de 3).

En fait, chacun de nos prisonniers va avouer sa culpabilité, et sera condamné à 15 ans, ce qui ne représente pas pour eux la solution optimale ; mais chacun sait que l'autre a tout intérêt à avouer, pour éviter le pire (30 ans). Même s'ils se sont « promis-juré » de ne jamais avouer s'ils étaient pris, la logique individuelle refait surface et les pousse à avouer. On voit bien qu'une coopération est difficile, voire impossible, car irrationnelle du point de vue de chacun.

¹⁸ Dû à Albert William TUCKER (1905-1995), mathématicien américain.

¹⁹ John F. NASH (1928-2015), mathématicien américain, professeur au MIT, prix Nobel d'économie 1994. Atteint de schizophrénie depuis 1957, sa vie a fait l'objet d'un film : « un homme d'exception » (2001).

Si l'historiette de Tucker a fait couler tant d'encre, **c'est qu'elle remet en cause la théorie de la main invisible chère à Adam Smith : la recherche par chaque agent de son propre intérêt ne conduit pas nécessairement à l'optimum.**



https://www.google.com/search?sca_esv=02467373b682e586&rlz=1C1GCEA_enBE1157BE1157&sxsrf=AHTn8zrVs5GtU2bU_Bwv5P-RpvsNPD_5qw:1745917015289&q=application+de+la+th%C3%A9orie+des+jeux&udm=7&fbs=ABzOT_BnMAgCWdhr5zilP5f1cnRvZiloEzC9Z2SN5Zmit1UHYF_iECit9HwlczaCNSdLTKe0-Q0NWSN2Phs0hhTUyDob4RMq0MUKSqpmEyAowIA_wqMjOZjefftb_ZW9TWII8cimXSiD6tpULXBW7J8Wx5yzHGZr1TDQ0HfjwUve_xQ9fZyZnnpFY1fJ8ZBK157mvmM0gPRpkrHB6nUQ-VJe7mt60TspQ&sa=X&ved=2ahUKEwiBvoPc7_yMAxUJhP0HHRR8HBUQtKqLegQIEBAB&biw=1536&bih=695&dpr=1.25#fpstate=i ve&ip=1&vld=cid:6911eb42,vid:fr59jSpODRI,st:0 (XERFI). (durée 6'30)

Objectif 6 : examiner quelques stratégies possibles en oligopole.

SS2 : LES STRATEGIES OLIGOPOLISTIQUE

Diverses stratégies peuvent être appliquées par les entreprises oligopolistiques, dans leur recherche du profit optimal et de la domination du marché. Les principales sont la **collusion (cartellisation)**, la « **price competition** » (**guerre des prix**), la « **non price competition** ». Examinons-les.

1. COLLUSION ENTRE LES ENTREPRISES - CARTELLISATION

En optant pour la **collusion**, les firmes agissent collectivement comme un **monopole** et se partagent les profits qui en découlent. Les **TRUSTS**²⁰ et les **CARTELS** représentent les formes les plus usitées. Le **trust** est une agglomération de capitaux groupés sous une même direction, par suite d'opérations de fusion entre entreprises ; la direction commune peut en être assurée par une société **holding**, ou société de portefeuille.

Au sein d'un **cartel**²¹, chaque entreprise conserve son indépendance juridique et financière, mais passe avec d'autres entreprises du secteur des **accords sur le prix**²², ou une **fourchette de prix**, sur les **quantités produites (quotas)**, ou sur la répartition géographique des marchés.

Le problème majeur de tout cartel est que chacun de ses membres a **a priori** intérêt à poursuivre son intérêt individuel et donc **à tricher** ; si tous les membres du cartel limitent leur production de manière à contraindre l'offre et ainsi fixer le prix en dépit de la demande, alors le « dernier membre » va se comporter en « **passager clandestin** » (**free-rider**) ; il finira par comprendre son intérêt à accroître sa production et donc son profit, pendant que les autres supportent le prix de la collusion en limitant leur production.

²⁰ Exemples : acier : US Steel ; électricité, média : General Electric ; voitures, chimie, atome, ... : Mitsubishi.

²¹ Le cartel le plus « célèbre » est celui du pétrole, l'OPEP (organisation des pays exportateurs de pétrole), qui ne regroupe toutefois pas tous les pays producteurs ; par exemple, USA, Norvège, Grande-Bretagne n'en font pas partie, alors que la Russie y est « associée (OPEP+) ». Il y en eut d'autres, tels que celui du café (pays exportateurs d'Amérique latine et d'Afrique) ou du cacao, tous ayant échoué à contrôler les prix. Dans le privé, citons De Beers, conglomerat diamantaire sud-africain, dont la domination sur le marché mondial a néanmoins nettement diminué ces dernières années.

²² A. Smith écrivait déjà dans la Richesse des Nations (book I, ch. 10, 1776) : « People of the same trade seldom meet together, even for merriment and diversion, but the conversation ends in a conspiracy against the public, or some contrivance to raise prices. » Ma traduction : « Les membres d'une même industrie se rencontrent rarement par plaisir ou pour le divertissement, mais leur conversation aboutit à une conspiration contre l'intérêt général ou à un stratagème pour augmenter les prix. »

Poussés par les associations de consommateurs, les USA²³ puis l'Europe ont adopté des mesures anticartel, prévoyant des amendes exorbitantes aux contrevenants. En Europe notamment, le concept même de marché unique est incompatible avec l'idée d'un partage géographique. Malgré ces interdictions et les lourdes amendes, les cartels sont une réalité.

🔥 Les cartels se retrouvent dans les secteurs les plus divers, même parfois là où l'on ne les imaginerait pas. **Le cartel du yaourt** (France, février 2015) est accusé d'avoir défini en commun des hausses de prix, de s'être coordonné sur la chronologie d'application de ces hausses et sur les argumentaires développés pour justifier ces hausses, et enfin d'avoir passé un accord anticoncurrentiel sur la fixation des volumes en s'abstenant de capter des marchés détenus par des sociétés concurrentes. Amende : 192,7 millions €, dont 56,1 millions pour Lactalis.

Le cartel des produits lessiviels regroupant les fabricants Unilever, Procter & Gamble, Henkel et Colgate-Palmolive couvre la période de 1997 à 2004 et concerne toutes les grandes marques de produits lessiviels : Ariel, Skip, Le Chat, Dash, Omo, Super Croix, Gama, Persil et X-tra. Poudres, liquides et tablettes sont concernés. Amende totale : 361,3 millions €. **Le cartel des saucisses (Allemagne, 2019)** met en cause plusieurs grands fabricants (Böklunder et Herta notamment) pour entente sur les prix ; amende 338 millions €. Entre 2000 et 2018, des cartels ont été aussi découverts dans les domaines suivants : lino et PVC (France), farine (cartel franco-allemand), banques (France, commissions sur les chèques), la téléphonie mobile, le transport de colis (France), les produits d'hygiène (notamment l'Oréal et Gillette). Voyez également les articles infra.

La Commission Européenne lutte contre les cartels en **utilisant la théorie des jeux**, et plus particulièrement **le dilemme du prisonnier**.

🔥 Lorsqu'elle décèle une suspicion de cartel, elle promet aux repentants des amendes très réduites, comptant ainsi sur leurs aveux. Et ça marche ... En fin 2013, les 4 principaux grossistes en crevettes de la mer du Nord ont été « dénoncés » par l'un d'entre eux, mis « sous pression », et ont écopé d'une amende de 29 millions € pour s'être entendus sur les prix et les zones de chalandise au détriment des consommateurs. Et tout récemment, le cartel du styrène (substance entrant dans la fabrication du plastique, de peintures, ...) : 157 millions € d'amendes pour 5 entreprises, la 6^{ème} ayant échappé pour sa « collaboration » avec les autorités.

2. DISCRIMINATION PAR LES PRIX : CLIENTS « DIFFERENTS » = PRIX DIFFERENTS²⁴ !

La discrimination par les prix consiste essentiellement à imposer des prix différents par **catégories d'acheteurs**, et ce pour un même bien ou service. **La discrimination parfaite** consisterait à vendre chaque unité à un prix différent, en faisant payer à chaque acheteur le prix le plus élevé qu'il est réellement prêt à payer. Une discrimination bien étudiée peut **augmenter le profit** du producteur, qui aura intérêt à **segmenter son marché** en catégories de consommateurs ayant des caractéristiques de demande différentes.

BUT : CAPTER UNE PARTIE AU MOINS DU SURPLUS DU CONSOMMATEUR !

🔥 Dans les magasins de prêt-à-porter, les nouvelles collections sont mises en vente au prix fort, le commerçant sachant toutefois qu'il n'écoulera pas toute la collection à ce prix ; qu'importe, puisque la saison se clôturera par des soldes, qui constituent une forme de discrimination. La demande de ceux qui veulent être « à la mode » est relativement inélastique, puisqu'ils sont prêts à mettre le prix ; ceux qui accordent moins d'importance au fait de porter des vêtements dernier cri ont une demande plus élastique au prix, et ils achèteront lors des soldes.

Toute discrimination repose sur l'élasticité-prix de la demande.

²³ Et depuis longtemps ... aux USA, le « Sherman Anti-trust Act » de 1890 interdit aux dirigeants de firmes concurrentes de parler de la fixation des prix, où qu'ils se rencontrent (sic !). Apple a été condamnée sur cette base pour entente illicite avec cinq éditeurs numériques en 2013.

²⁴ le problème traité ici est celui du monopole discriminant. Le raisonnement peut toutefois s'appliquer à d'autres formes de concurrence imparfaite.

3. PRICE COMPETITION ...

La guerre des prix est une stratégie qui consiste pour les entreprises à **pratiquer des réductions de prix compétitives dans le but d'affaiblir ou d'éliminer les concurrents**. Se lancer dans une guerre des prix dans un univers totalement incertain est toutefois très risqué.

🔥 La guerre des prix la plus visible est celle que mènent depuis quelques années **les enseignes de la grande distribution** (y compris dans le e-commerce), en France notamment. Les consommateurs pensent que cette guerre des prix leur est profitable, puisqu'elle semble **a priori** augmenter leur pouvoir d'achat. Toutefois, **la guerre des prix contraint des fournisseurs à s'aligner sur les propositions des distributeurs, plus puissants** ; les uns et les autres rognent finalement sur leurs marges, réduisent au mieux leurs coûts salariaux (et donc le pouvoir d'achat de leurs employés), voire la qualité de leurs produits ; le secteur agricole est particulièrement touché. Profitable pour tous, vraiment ? En outre, la guerre des prix n'empêche pas la collusion. La guerre des prix se pratique aussi **à l'international**, via des entreprises œuvrant dans des pays à bas coûts salariaux et profitant de la mondialisation.

De nombreuses autres controverses existent quant aux comportements d'entreprises oligopolistiques. Voyons quelques exemples.

🔥 **Des producteurs imposent contractuellement des prix de vente à leurs distributeurs**, pour empêcher la concurrence entre eux. Légal ? ... Pas trop, semble-t-il ! Justifié ? Economiquement, pourquoi pas ! Le producteur souhaite que les distributeurs offrent un niveau de service qu'une guerre des prix risquerait de détériorer !

Quand sur un marché oligopolistique restreint un concurrent entre et arrive à se faire une petite place, les grosses entreprises en place ont tendance à pratiquer des baisses de prix (**prix de prédation**). Anti-concurrentiel ou pas ? Oui, si cette politique vise à sortir au plus vite le nouvel entrant. Mais est-ce si profitable ? A voir, car pour satisfaire la demande, elles vont devoir produire plus, avec le risque de subir une hausse de leurs coûts.

Dernier exemple : **les ventes liées**. Par exemple, quand Microsoft intègre son logiciel de navigation internet dans son système d'exploitation, pratique-t-il une vente liée - le consommateur étant obligé d'acheter les 2⁵ ? Le but est ici d'évincer d'autres producteurs de navigateurs, quand on sait que plus de 90% des PC sont équipés de Windows ! Est-ce toujours le cas ? Les économistes sont partagés sur la question.

4. ... ET NON-PRICE COMPETITION & LOBBYING

Les producteurs de produits différenciés seront tentés de jouer « en solo », en accentuant ces différenciations : c'est la philosophie du **« non-price competition »**.

🔥 **les firmes automobiles** basent leur publicité plus sur des concepts tels que la ligne, le confort, la sécurité, l'équipement, la consommation, les aspects écologiques, plutôt que sur le seul prix de vente. Cela satisfait-il toutefois le consommateur ? Pas nécessairement !

Alors que les « monopoles publics » de **télévision** maintiennent des programmes à faible audience (programmes culturels, musique classique, sports peu populaires, programmes éducatifs, ...), **les chaînes à caractère oligopolistique standardisent leurs programmes « pour faire de l'audimat »**²⁶ : le nivellement par le bas aux heures de grande écoute, les quelques rares émissions intéressantes après 23 h. **Explication : si 5% de la population veut de la culture et 95% une série, les quelques chaînes qui se partagent le marché passeront toutes une série**, car chacune sait qu'elle peut espérer faire à cette occasion plus de 5 points d'audimat. Le monopole fournit un produit pour la minorité²⁷, l'oligopole ignore cette même minorité.

²⁵ Une action d'atteinte à la concurrence a été intentée par le Gouvernement américain à Microsoft en 1998. Le juge estima que Microsoft avait abusé de son pouvoir de marché, et il ordonna sa scission en deux entreprises, l'une vendant les systèmes d'exploitation, l'autre les logiciels. Le jugement fut réformé en appel, et le Gouvernement passa finalement un accord : Microsoft acceptait des restrictions sur ses pratiques, mais en étant autorisée à intégrer son navigateur à Windows.

²⁶ Dès que le budget d'une chaîne publique dépend également de la publicité, on assiste au même phénomène, qui est accentué par l'existence de chaînes thématiques payantes.

²⁷ A titre d'exemple, la part de marché de la chaîne culturelle ARTE atteignait seulement 1,50% en 2023 en Fédération Wallonie-Bruxelles. A titre de comparaison, RTL TVI 18,7%, TF1 12,10%, La Une 19,80%. Source : <https://www.csa.be/pluralisme/audience-et-parts-de-marche-television/>, consulté le 25 juin 2025.

Enfin, les oligopoles puissants agissent sur le plan politique ; citons Rothschild (op. cit.) :
« *The oligopolistic struggle for position and security includes political action of all sorts right up to imperialism. The inclusion of these 'non-economic' elements is essential for a full explanation of oligopoly behaviour and price* »²⁸.

🔥 Ils rémunèrent de **nombreux lobbyistes** qui font pression sur les gouvernements et les parlementaires afin que soient votées des lois en leur faveur ou au contraire que ne soient pas votées des lois contraignant leurs activités²⁹. Dans le « conflit » qui a opposé l'UE au géant américain Monsanto (acquis par Bayer [Allemagne] en 2016) à propos de la commercialisation du glyphosate (Round-up – produit désherbant très utilisé en agriculture, mais hyper écotoxique), l'accès au Parlement européen a été finalement interdit aux lobbyistes de la société (2017). Cela n'a pas empêché l'UE d'accorder en 2023 une « rallonge » de l'utilisation du produit pour 10 ans !

Objectif 7 : analyser des problèmes posés par la non-transparence du marché (information imparfaite)

SS3 : LES PROBLEMES D'INFORMATION

Que se passe-t-il lorsque l'hypothèse de la **transparence du marché** (agents économiques **parfaitement informés**) est levée ? Est-ce là une cause importante de **dysfonctionnement du modèle**, et si oui, avec quels types d'erreurs ? Voyons quelques éléments de réponse.

L'INFORMATION EST UN BIEN pour lequel il existe un marché, les agents étant prêts à payer pour en obtenir. Dans une « **économie de l'information** », son traitement est indispensable ; les responsables marketing étudient les marchés potentiels, les banquiers doivent juger de la solvabilité des emprunteurs, les pouvoirs publics et des instituts spécialisés sondent producteurs et consommateurs, Toutefois, **ce marché est imparfait** : l'information étant un bien très différent de beaucoup d'autres, il y a, bien plus que sur d'autres marchés, un problème de crédibilité vis-à-vis du « vendeur » : son information est-elle exhaustive et fiable ?

1. INFORMATION ASYMETRIQUE³⁰ ...

Supposons que je vous vende la maison que j'ai fait construire voici 20 ans, dans laquelle je vis depuis lors. Elle recèle certainement des imperfections, voire quelques défauts « cachés » ; je les connais, vous non. Et si je vous vends ma voiture, est-ce parce que je souhaite changer de modèle, ou parce que c'est une voiture qui me cause bien des soucis ? Je le sais, pas vous ... **En tant que vendeur je détiens plus d'informations que l'acheteur. Les économistes disent qu'il y a là une INFORMATION ASYMETRIQUE** ; ces cas sont nombreux : à l'embauche, le candidat se connaît mieux que son futur employeur, qui lui sait des choses sur la vraie nature du travail ; l'emprunteur en sait plus sur ses capacités de remboursement que le prêteur, qui connaît mieux les termes du contrat et dispose d'outils d'analyse, ...

²⁸ Ma traduction : La lutte oligopolistique pour la position (dominante) et la sécurité inclut des actions politiques de toutes sortes jusqu'à l'impérialisme. L'inclusion de ces éléments « non-économiques » est essentielle pour expliquer pleinement le comportement et les prix oligopolistiques.

²⁹ On dénombre à Bruxelles 50.000 personnes travaillant dans ce domaine (2024). 12.000 organisations sont inscrites dans le registre commun à la Commission et au Parlement Européens. E.g., Bayer y a dépensé en 2023 7 millions d'euros ..., Meta 9 millions, Microsoft 7, Apple 6,5 (source : <https://fr.statista.com/infographie/17840/entreprises-qui-depensent-le-plus-en-lobbying-aupres-de-l-ue> consulté le 25 juin 2025).

³⁰ Cette notion apparaît dans un article de l'économiste US et prix Nobel 2001 Georges AKERLOF (1940), publié dans le *Quarterly Journal of Economics* en 1970, *The market for « lemons »* (aux USA, le terme « lemon » désigne une voiture « à problèmes »).

Le cartel des compotes

L'Autorité de la concurrence française a infligé de lourdes amendes à sept entreprises pour entente sur les prix et répartition du marché des compotes. Le néerlandais Coroos, qui a révélé l'existence du cartel, échappe à l'amende.

90% du marché

Le gendarme français de la concurrence a infligé une amende de 58,3 millions d'euros au total à sept entreprises. Le 'cartel des compotes' concerne la période de 2010 à 2014 : durant cette période les entreprises incriminées, qui ensemble détenaient plus de 90% du marché français, se sont secrètement entendues sur les prix et se sont réparti les clients et les volumes. Ces entreprises livraient entre autres des compotes à diverses enseignes de supermarchés sous marque de distributeur et à des sociétés de catering en France.

Le néerlandais Coroos a lui aussi participé au cartel, indique l'ACM (L'Autorité néerlandaise des consommateurs et des marchés). Mais étant donné que Coroos a révélé en premier l'existence du cartel à l'Autorité de la concurrence française, l'entreprise a été exonérée d'amende. L'ACM a été activement impliquée dans l'enquête française.

Dans un autre dossier la Commission européenne a récemment infligé des amendes à plusieurs fabricants de légumes en conserves pour entente sur les prix durant la période de 2000 à 2013. Dans ce dossier par contre Coroos n'a pu échapper à la sanction et a écopé d'une amende de 13,6 millions d'euros.

Retaildetail.be 19/12/2019

La Commission européenne a annoncé mardi 1er avril avoir infligé un total de 458 millions d'euros d'amende à 15 constructeurs européens pour participation à une entente sur le recyclage des véhicules hors d'usage entre 2002 et 2017.

VW (127,7 millions), Renault/Nissan (81,5), Stellantis (74,9), Ford (41,5), BMW (24,6) et Toyota (23,5)

Les véhicules qui ne sont plus en état de circuler doivent être récupérés en vue de leur recyclage, valorisation et élimination, afin de réduire les déchets et de récupérer des matériaux comme les métaux, le plastique et le verre. D'après la Commission, les 15 groupes sanctionnés, ainsi que Mercedes-Benz (qui a dénoncé le cartel et ainsi échappé à l'amende), se sont entendus pour ne pas rémunérer les centres de démontage, considérant que cette activité était suffisamment rentable par elle-même.

Ils se sont aussi mis d'accord pour ne pas mettre en avant les quantités de matériaux recyclés dans les véhicules neufs afin d'empêcher les consommateurs de prendre en compte ces informations environnementales dans leur décision d'achat. L'objectif était de «**limiter la pression**» des clients sur les constructeurs pour aller au-delà des exigences légales.

15 constructeurs, dont Renault-Nissan et Stellantis, écopent d'une amende colossale (2 avril 2025)

**ANTITRUST: COMMISSION FINES TRUCK PRODUCERS
€ 2.93 BILLION FOR PARTICIPATING IN A CARTEL**

Brussels, 19 July 2016

The European Commission has found that MAN, Volvo/Renault, Daimler, Iveco, and DAF broke EU antitrust rules. These truck makers colluded for 14 years on truck pricing and on passing on the costs of compliance with stricter emission rules. The Commission has imposed a record fine of € 2.926.499.000.

2. → MARCHES ETROITS & SELECTION ADVERSE

Quel est l'impact de ce phénomène sur le marché ? Réponse : les offreurs comme les demandeurs risquent d'être moins nombreux que sur un marché transparent : on parle de **MARCHE ETROIT**.

☛ Tel peut être le cas du **marché des voitures d'occasion** : l'acheteur incapable de faire la distinction entre une « bonne » et une « mauvaise » voiture renoncera à en acheter une. Conséquence : **si les acheteurs sont rares, la demande va baisser, et donc toutes choses égales par ailleurs le prix aussi**³¹. Un prix bas va inciter certains propriétaires de voitures en bon état à ne pas vendre, et la qualité moyenne des voitures d'occasion sur le marché va diminuer ; on appelle cela un **EFFET DE SELECTION ADVERSE** : la sélection des biens sur le marché va à l'encontre de l'intérêt des acheteurs. Autre exemple sur le **marché de l'assurance** : si une compagnie d'assurance augmente ses primes, les « bons » clients (ceux qui n'ont pas ou très peu de sinistres) risquent de résilier leur contrat et d'aller vers la concurrence, et la structure de la clientèle évoluera défavorablement pour cette compagnie.

Pour éviter ces distorsions, une solution consiste pour le vendeur à convaincre l'acheteur potentiel que **le produit est bon, via un « signalement »**.

☛ Le vendeur professionnel de voitures d'occasion donnera une garantie qui rassurera l'acheteur ; celui-ci pense alors que le vendeur ne lui refilera pas un « mauvais » véhicule, car l'application de la garantie lui coûterait très cher. L'agent non informé peut aussi agir pour obtenir l'information, par exemple en demandant que le véhicule soit contrôlé par un expert. Et si le vendeur refuse ...

3. ALEA MORAL³²

L'aléa moral décrit une situation dans laquelle un agent économique, isolé d'un risque, est amené à se comporter d'une manière différente que s'il était exposé à ce risque, autrement dit d'une **manière inadaptée voire malhonnête**.

☛ Exemples : **l'assurance** : l'assuré n'est *a priori* nullement incité à éviter certains dommages. **L'entreprise** : l'actionnaire n'est pas responsable du comportement non éthique de la société dont il tire des bénéfices ; le producteur subventionné augmentera sa production, ou n'entamera pas les restructurations nécessaires ...

Le problème est là aussi une **asymétrie d'informations**³³.

☛ **Les produits financiers dérivés** fournissent un bon exemple. Pour faire simple, dans un système d'assurance « logique », vous assurez ce que vous possédez, e.g. votre voiture. Avec les « dérivés », il est possible d'assurer un bien que l'on ne possède pas. Le fils de mon voisin vient juste d'obtenir son permis, s'est acheté une rutilante voiture, et roule comme un fou et souvent « sous influence » ... Je vais « assurer sa voiture »³⁴ en omnium, car il y a de fortes chances qu'il la « crashe » un de ces jours. Si tel est le cas, j'empoche la valeur de la voiture. Si j'ai conseillé à 50 de mes amis de faire pareil, la compagnie d'assurance paiera 52 fois la valeur du sinistre. **Deux questions** : pourquoi cela est-il autorisé ? Réponse : **quand le système n'est pas régulé**. Pourquoi est-ce possible ? Réponse : **« parce que des gens vont gagner du fric »** : les courtiers empochent les commissions, les compagnies d'assurance font au départ de plantureux bénéfices grâce aux multiples primes, et les bonus de leurs CEO et cadres sup grimpent en flèche ... Rien n'arrête le système, sauf un beau jour la faillite ... Comme nous le verrons, c'est là une des causes de la crise dite des « subprimes » (2008), qui a déstabilisé notre système économique pendant une décennie, et trouve son origine aux USA dès le milieu des années 1990 dans les pratiques bancaires et assurancielles. Entre 2000 et 2008, des CEO de grandes banques et compagnies d'assurance US se sont « fait » ensemble quelque 600 millions de \$!

³¹ Cela explique partiellement pourquoi certains biens, comme les voitures, perdent très vite de la valeur.

³² L'expression est due à Adam SMITH, « moral hazard » qu'il définissait comme *"la disposition de certains agents économiques à maximiser leur utilité indépendamment des conséquences négatives de leur action sur les autres agents"*.

³³ Qui peut être temporelle : nous reportons sur les générations futures les problèmes que nous ne voulons pas résoudre aujourd'hui.

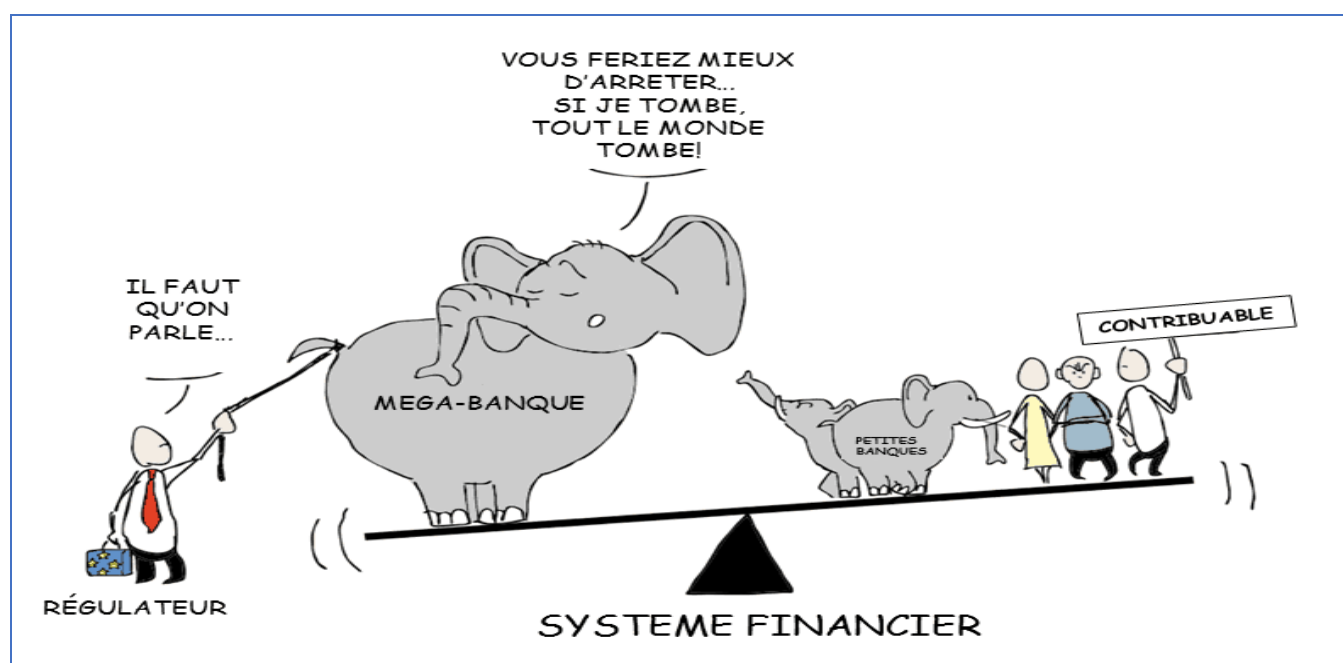
³⁴ C'est évidemment un exemple fictif pour vous aider à comprendre, car dans le domaine des assurances, cela n'est pas possible.

Depuis cette crise, l'Etat belge garantit les dépôts bancaires des épargnants à concurrence de 100.000 € par personne et par banque³⁵. Cette mesure, apparemment favorable, n'incite pourtant pas les épargnants à trop s'inquiéter de la solidité des banques dans lesquelles ils placent ; ceux qui disposent de montants importants ont réparti leurs comptes sur plusieurs banques, de manière à garantir le total de leurs avoirs. Il y a bien aléa moral. Quant à nombre de banquiers, ils savent qu'ils sont « trop grands pour faire faillite » (**too big to fail**), autre aléa moral. En effet, ils brassent des sommes gigantesques et gèrent des millions de comptes, et leur faillite (= tout l'argent sur vos comptes parti en fumée) engendrerait une profonde récession économique et d'incontrôlables troubles sociaux.

Les solutions sont d'abord d'ordre légal. L'Etat légifèrera pour contrôler les banques³⁶, ou encore pour responsabiliser les administrateurs et les actionnaires des sociétés. On appelle cela des **INCITATIONS**³⁷. C'est sans aucun doute aussi dans cette fonction de « régulateur » que l'Etat justifie ses interventions au sein d'une économie libérale. Les solutions peuvent être également contractuelles : les compagnies d'assurance intégreront dans leurs contrats des clauses de non-intervention ou des pénalités dès lors qu'elles constateront des abus,

 https://www.google.com/search?q=%C3%A9conomie+information+imparfaite&rlz=1C1CHBF_frBE824BE824&sxsrf=APwXEdcbzTyJj3CJr-umdTJsN0iYU2Mqw:1687251600886&source=lnms&tbn=vid&sa=X&ved=2ahUKewj-18SCvtH_AhWMg_OHHe5ICk4QOpQJegQIBxAG&biw=768&bih=357&dpr=2.5#fpstate=ive&vld=cid:9eff3b3a,vid:hJPPDf5vKgU
(durée 6'13) Bonne synthèse

Un peu d'humour économique : l'aléa moral



Source : <https://www.finance-watch.org/leblog/comment-lalea-moral-permet-de-faire-payer-aux-autres-le-prix-de-nos-propres-prises-de-risques/>

³⁵ Attention, par banque, il faut entendre « groupe bancaire » ; ainsi, le groupe Fortis (BNP Paribas Fortis) englobe Fintro, Bpost banque et Hello bank ! Si vous avez des comptes chez Fortis, Fintro et bpost banque, vous ne serez couvert que jusqu'à 100.000 €.

³⁶ Par exemple pour les empêcher de devenir « **too big to fail** » ; notons toutefois que c'est l'Europe qui a encouragé les fusions bancaires dans les années 1990 ... prétextant la nécessité d'une taille suffisante pour œuvrer sur le marché unique. Entre 1990 et 2010, le nombre de sociétés bancaires est passé de 12.500 à 6.175 (UE15). Le même phénomène s'est produit aux USA.

³⁷ En fait, tout est incitation : lorsque l'Etat dérègle les marchés financiers, comme dans les années 1980, il donne des incitations ... qui vont dans le mauvais sens ; c'est en quelque sorte dire aux financiers : « allez-y, jouez casino ».

Théorie des jeux dilemme du prisonnier

Deux suspects sont arrêtés et sont enfermés dans des cellules séparées. La police leur fait à chacun la proposition suivante : « Vous pouvez dénoncer votre complice. Si vous le dénoncez et qu'il ne vous dénonce pas, vous aurez une remise de peine de quatre ans. Si vous vous couvrez mutuellement, vous aurez une remise de peine de deux ans chacun. Si vous vous dénoncez mutuellement vous aurez une remise de peine d'un an chacun. Si vous le couvrez et qu'il vous dénonce, vous n'aurez aucune remise de peine ».

Peut-on prévoir les choix des suspects ? Il serait préférable qu'ils choisissent tous les deux de se couvrir plutôt que de se dénoncer. Ils obtiendraient ainsi chacun deux ans de remise de peine au lieu d'un an. Or, la théorie des jeux non coopératifs prédit que les suspects vont effectuer un choix qui ne leur permettra pas d'atteindre la situation préférable pour eux deux. En effet, le suspect A se dit qu'il a intérêt à dénoncer si le suspect B dénonce, car il obtient ainsi une année de remise de peine au lieu de zéro. Le suspect A se dit aussi qu'il a intérêt à dénoncer si le suspect B le couvre, car il obtient ainsi quatre ans de remise de peine au lieu de deux. Ainsi, le suspect A sait qu'il a intérêt à dénoncer, quel que soit le choix de l'autre. Les deux suspects, qui font le même raisonnement, se dénoncent donc mutuellement. Cet exemple, connu sous le nom de dilemme du prisonnier, illustre l'inefficacité des décisions rationnelles non coordonnées. Bien que rationnels et intelligents, les suspects aboutissent à un équilibre non coopératif où leurs gains sont faibles. Ils pourraient les améliorer en se promettant de se couvrir. Mais chacun sait que l'autre aura intérêt à ne pas respecter son engagement lorsqu'il devra effectivement prendre sa décision. Le dilemme du prisonnier montre que l'équilibre non coopératif aboutit généralement à une situation inefficace, qui pourrait être améliorée grâce à la coopération. Mais la coopération est difficile à mettre en œuvre, car elle peut être dangereuse pour ceux qui respectent leurs engagements s'il existe des individus qui ne respectent pas les leurs. Ainsi, la théorie des jeux nous plonge d'emblée dans un univers totalement différent de celui que sous-tend l'abstraction de la concurrence parfaite. La microéconomie traditionnelle avait pour but de donner corps à l'intuition selon laquelle le fonctionnement de marchés concurrentiels pouvait être efficace. La théorie des jeux, quant à elle, souligne l'importance des problèmes induits par les décisions décentralisées non coordonnées.

La guerre des sexes

Un couple désire sortir ensemble, mais les conjoints ne sont pas d'accord sur le but de la sortie. Monsieur désire aller au cinéma et madame préfère aller au restaurant. Chacun a le choix entre être intransigeant ou accommodant. L'absence d'accord par excès d'intransigeance est la pire des situations. Deux époux accommodants sont incapables de tomber d'accord, mais sont dans une situation préférable. Les situations d'équilibre s'obtiennent, comme dans le cadre du dilemme du prisonnier, en définissant les meilleures réponses de chaque joueur. Ceci permet de définir les situations dans lesquelles chaque individu a choisi sa meilleure stratégie étant donnée la stratégie retenue par l'autre individu. Une telle combinaison de stratégies, dont aucun individu n'a intérêt à dévier, est appelée un équilibre de Nash. Monsieur a intérêt à être intransigeant si madame est accommodante et accommodant si elle est intransigente. Il est en de même pour madame. Par conséquent, il existe deux équilibres de Nash possibles : madame est intransigente et monsieur est accommodant, ou bien monsieur est intransigeant et madame est accommodante.

La guerre des sexes montre qu'il peut être impossible de prédire avec certitude l'issue du jeu dès lors qu'il existe plusieurs équilibres. À ce titre, la multiplicité d'équilibres de Nash, qui se rencontre fréquemment dans les jeux non coopératifs, constitue une limite à la portée prédictive de la théorie des jeux. De nombreuses tentatives d'élaboration de la notion d'équilibre, cherchant à imposer des restrictions sur les équilibres de Nash, ont tenté de réduire l'ensemble des situations susceptibles d'être un équilibre non coopératif. Mais ces tentatives ont été peu fructueuses. En outre, elles se sont heurtées un autre problème ; plus exactement, il existe deux équilibres en stratégies pures. Il existe aussi un équilibre en stratégies mixtes. (...).

Les deux jeux que nous venons de voir sont des jeux « statiques » dans le sens où ils se déroulent une seule fois. Mais dans la vie économique, de nombreuses relations sont durables (comme les relations de travail, les relations entre concurrents, entre clients et fournisseurs...). Les jeux répétés permettent de représenter les cas dans lesquels les individus sont confrontés à la même situation stratégique plusieurs fois de suite. Dans ce cadre, on peut se demander s'il est possible que des individus engagés dans une relation durable améliorent leurs gains. En d'autres termes, si un même jeu statique est répété, les individus adoptent-ils des stratégies qui reproduisent à chaque période celles du jeu statique, ou bien la répétition leur permet-elle de choisir d'autres stratégies plus efficaces ? On peut répondre à ces questions en partant du dilemme du prisonnier et montrer que les individus peuvent adopter des stratégies différentes de celles du jeu statique si celui-ci se répète à l'infini.

Imaginons que les suspects adoptent les stratégies suivantes : ils commencent par coopérer (dans le sens où ils se couvrent mutuellement) mais dès que l'un dénonce l'autre, ce dernier choisit alors la dénonciation pour toutes les périodes futures. Il est possible de démontrer que ces stratégies forment un équilibre non coopératif si les suspects sont suffisamment patients et si la situation a de fortes chances de se répéter fréquemment. En effet, dans ce cas, chacun a intérêt à respecter son engagement aujourd'hui, même s'il sait qu'il ne bénéficiera pas d'une remise de peine maximale, de façon à pouvoir bénéficier de la coopération de l'autre lorsque la situation se renouvellera. En revanche, si la situation décrite par le jeu constitutif se renouvelle peu fréquemment ou a peu de chance de se répéter, chacun peut être tenté de ne pas respecter son engagement, car les bénéfices retirés de la coopération future de l'autre joueur sont lointains et/ou improbables. Dans ce dernier cas de figure, chacun se défie de l'autre, et nous retrouvons le contexte du dilemme du prisonnier. Ce résultat est intéressant, car il suggère que la coopération peut être soutenue par la répétition des interactions stratégiques. (...). L'hypothèse de répétition infinie signifie simplement que le nombre de répétitions du jeu de base est inconnu et peut être potentiellement infini. Ainsi, à chaque fois que le jeu est joué, la probabilité qu'il puisse être rejoué doit être différente de zéro. La théorie des jeux enseigne que ces comportements coopératifs ont plus de chances d'émerger dans des relations durables et stables. Néanmoins, ce résultat intéressant ne doit pas obérer une des limites importantes des jeux répétés, qui concerne la multiplicité des équilibres. En effet, il apparaît que la répétition infinie des jeux est une source supplémentaire de multiplicité. Un théorème important (le « folk » théorème) montre que toutes les combinaisons de stratégies du jeu infiniment répété, qui donnent à chaque joueur au moins le flux de gains qu'il obtiendrait pour un équilibre de Nash du jeu constitutif, peuvent être des équilibres non coopératifs si les individus sont suffisamment patients et si le jeu est répété avec une fréquence suffisante. Par exemple, dans le dilemme du prisonnier, les suspects peuvent décider de mettre en œuvre la coopération, soutenue par les menaces que nous venons de décrire, à partir de n'importe quelle date ; toutes ces situations constituant, évidemment, des équilibres non coopératifs. Ces quelques exemples indiquent que la théorie des jeux a permis de défricher des domaines largement ignorés par la microéconomie traditionnelle, qui s'est cantonnée à dégager les conditions dans lesquelles le fonctionnement des marchés est efficace. La théorie des jeux analyse, pour sa part, les dysfonctionnements de marché liés aux interactions stratégiques. Elle permet de mieux comprendre les origines des gaspillages de ressources, et d'élaborer des moyens pour y remédier. Mais les interactions stratégiques ne constituent pas les seules sources de dysfonctionnement des marchés. Les imperfections de l'information sont aussi à l'origine de nombreux problèmes dont l'étude fait partie du programme de recherche développé par la nouvelle microéconomie.

L'économie de l'information

L'économie de l'information analyse les comportements rationnels dans des situations d'information dite « asymétrique » où certains individus disposent d'une information privée, inconnue des autres. Dans ce cadre, deux types de problèmes peuvent apparaître : l'anti-sélection et le risque moral. L'anti-sélection désigne une situation dans laquelle, sur un marché, tous les intervenants n'ont pas la possibilité d'observer toutes les caractéristiques des biens échangés ; certains intervenants ont généralement plus d'informations que d'autres et il est possible que le fonctionnement du marché exclue l'échange des produits de bonne qualité, voire même empêche le déroulement de tous les échanges. Cette situation a été décrite pour la première fois par George Akerlof dans un article demeuré célèbre consacré au marché des voitures d'occasion. L'apport de cet article se comprend à partir d'un exemple simple. Considérons un marché des voitures d'occasion où il n'y a que deux qualités possibles. Une voiture de bonne qualité vaut $Q = 20\ 000$. Une voiture de mauvaise qualité vaut $Q = 10\ 000$. Supposons que seuls les vendeurs connaissent la qualité Q de leur véhicule. Les acheteurs connaissent la proportion de voitures de bonne qualité, à savoir la moitié, mais sont incapable de connaître la qualité de la voiture qui leur est proposée. Les acheteurs sont identiques et retirent de leur achat un gain $(Q-P)$ égal à la différence entre la qualité Q et le prix P , tandis que les vendeurs en tire un gain $(P-Q)$. Si l'information était symétrique, les voitures seraient échangées à leur prix objectif : les voitures de bonne qualité seraient payées 20 000 et les voitures de mauvaise qualité 10 000. Lorsque les acheteurs sont incapables de distinguer les deux types de véhicule, il n'y a qu'un seul prix P . Les acheteurs refusent de payer une voiture 20 000, car ils savent que la moitié des voitures est de mauvaise qualité. Plus précisément, le gain moyen retiré de l'achat au prix P est égal à $(0,5)(20\ 000) + (0,5)(10\ 000) - P = 15\ 000 - P$. Les acheteurs, jugeant qu'une voiture de qualité moyenne vaut 15 000, sont prêts à payer $P = 15\ 000$. Néanmoins, à ce prix, seuls les vendeurs de voitures de mauvaise qualité sont prêts à vendre. Conscients de cet état de fait, les acheteurs refusent de payer ces voitures plus de 10 000, et seules les voitures de mauvaise qualité sont échangées à ce dernier prix. Les véhicules de bonne qualité sont donc évincés du marché. C'est le phénomène d'anti-sélection qui élimine des échanges les produits de bonne qualité.

L'anti-sélection peut même empêcher, dans certains cas, la réalisation de tout échange. Supposons que, parmi les véhicules de mauvaise qualité, quelques voitures très dangereuses, valent en réalité $Q = -10\,000$ pour l'acheteur non informé de son état, et $Q = 0$ pour le vendeur, informé de son état et qui ne peut l'utiliser. Le prix de 10 000 n'est plus un équilibre possible. Le prix d'équilibre doit être inférieur à 10 000. Mais pour un prix inférieur à 10 000, seules les voitures dangereuses peuvent être vendues. Comme personne ne veut les acheter, il n'y a pas d'échange possible sur ce marché. Le modèle d'Akerlof peut s'appliquer à de très nombreuses situations. Il montre que le laisser-faire peut avoir des conséquences désastreuses : élimination des bons produits, voire absence d'échanges. Dans ce cadre, une réglementation assurant la révélation de toute ou partie de l'information, ou encore instituant des procédures de recours efficaces contre les ventes de produits de mauvaise qualité, permet d'améliorer le fonctionnement des marchés.

Le risque moral

Le risque moral apparaît dans les situations où une personne (l'« agent ») dispose d'une information privée sur son action tandis qu'une autre personne chargée de la rémunérer (le « principal ») ne possède pas cette information. Par exemple, l'effort d'un salarié est souvent imparfaitement observable par son patron. Il en est de même de la prise de risque d'un conducteur automobile. Les relations de travail et l'assurance automobile constituent ainsi des domaines marqués par la présence de risque moral. Dans cet environnement, il convient de fournir à l'agent qui dispose d'une information privée un ensemble d'incitations l'amenant à prendre des décisions adaptées aux objectifs du principal. On résout donc le problème du risque moral en recherchant une procédure incitative adéquate. Le plus souvent, les procédures incitatives se matérialisent à travers les clauses d'un contrat. Tel est le cas, par exemple, des rémunérations en fonction des performances, des promotions au mérite et même de certaines règles de promotion à l'ancienneté pour les contrats de travail. Les clauses de bonus-malus présentes dans de nombreux contrats d'assurance automobile ont aussi ce type d'objectif. Les réflexions menées dans le cadre de l'analyse du risque moral ont permis de mieux comprendre les déterminants des contrats et de montrer que les asymétries d'information aboutissent généralement à des gaspillages de ressources qui peuvent être limités grâce à des institutions permettant une exécution efficace des contrats.

<https://halshs.archives-ouvertes.fr/halshs-00256204/document>

Pierre Cahuc (1962) est professeur d'économie à l'Institut d'études politiques de Paris et membre de l'Institut Universitaire de France.

André Zylberberg (1947), économiste, a été Directeur de Recherche au CNRS et membre du Comité national de la recherche scientifique.

APPLICATION : 1. LA THEORIE DES JEUX APPLIQUEE A LA GEOPOLITIQUE

Au temps de la guerre froide, l'URSS et les USA (mais vous pouvez prendre d'autres pays en conflit latent) se sont posés la question – en tout cas côté américain : course à l'armement (A) ou désarmement (D) ? Construisons la matrice

		USA	
		Armer	Désarmer
URSS	A	risque de guerre	USA = faiblesse + risque URSS = puissance et protection
	D	URSS = faiblesse + risque USA = puissance et protection	Paix probable

On voit que si, par exemple, l'URSS s'arme, les USA ont intérêt à en faire autant pour éviter de perdre à coup sûr une suprématie militaire ; si l'URSS désarme, les USA sont encore plus gagnants. **En tenant le même raisonnement, chaque pays a intérêt à s'armer au maximum.**

2. LE YIELD MANAGEMENT ... LA DISCRIMINATION POUSSEE A L'EXTREME

Dans un magasin, un vêtement ou une paire de chaussures non vendu aujourd'hui le sera demain ou après. En revanche, dans d'autres secteurs, le raisonnement est autre : une chambre d'hôtel ou un siège d'avion non vendu aujourd'hui est définitivement perdu. Tel est la raison d'être du **« yield management »** pratiqué notamment par les **compagnies aériennes, les groupes hôteliers, les clubs de vacances, ...** Il a pour objectif de **remplir l'infrastructure tout en réduisant la proportion de places disponibles à tarif avantageux et ainsi de maximiser la recette par occupant**. A ce petit jeu, le secteur aérien est le champion : des centaines de salariés (chez Air France, environ 220, déterminant 3,7 millions de tarifs pour plus de 100 millions de passagers annuels) armés de logiciels sophistiqués avec l'appui de l'IA générative calculent « au plus juste » et en temps réel les tarifs. **Sur certains vols, on compte jusqu'à 12 tarifs différents en classe touriste, avec des écarts de prix de 1 à 4 ou 5 ... ou pire³⁸.**

Les critères pris en compte sont notamment les coûts, les prix pratiqués par la concurrence, la période de l'année et le jour du vol (historique du remplissage des avions), le délai entre l'aller et le retour (délai court = probablement homme d'affaires = tarif élevé), le moment de la réservation, le type de billet (échangeable ou non, ...), mais surtout le « profil » de l'acheteur, révélé de plus en plus précisément par les immenses bases de données (big data) que ces compagnies nourrissent jour après jour. **Lorsqu'un avion ne se remplit pas au rythme « normal », le nombre de sièges offert à tarif réduit augmente ; inversement, le nombre de places offertes à tarif avantageux se réduira voire disparaîtra dès lors que le nombre de réservations est élevé.**

Le yield management évolue vers le **« dynamic pricing »**, qui consiste à proposer le tarif au passager en fonction de son profil (historique de ventes et de voyages, données collectées grâce sa navigation sur internet, via les programmes de fidélité ; on entre dans l'ère de l'individualisation de la tarification.

Exemple simple (tiré de <http://www.commeunavion.com/aviation-geek/yield-management-prix-billet-davion> - 30/11/22)

Vol A : Prenons un vol de 100 places où chaque billet est à 50€.

La recette maximum est de $100 \times 50€ = 5000€$

Vol B : Si pour le même vol, le service réservation décide la tarification suivante :

- 10 places à 25€ (prix d'appel pub TV), 20 places à 35€ (prix carte de fidélité)
- 50 places à 50€ (prix normal)
- 20 places à 70€ (prix 1 semaine avant le vol), 5 places à 90€ (prix 3 jours avant le vol)

Le total est alors de **5300€**

Les frais étant exactement les mêmes pour le vol A que pour le vol B, **la compagnie aura ainsi gagné 300€ de plus (soit une augmentation de 6%) en configuration Vol B** tout en profitant d'une jolie pub TV annonçant un prix d'appel de 25€ et aura fait vivre son programme fidélité.

³⁸ Voyez à ce sujet <https://www.travelguys.fr/2019/05/23/classes-reservation-prix-billet-miles/> édifiant !

QUESTIONS DE REVISION ET PROBLEMES

NOTIONS A MAÎTRISER : équilibre offre - demande, rationnement des agents, oligopole, oligopsone, concurrence monopolistique, oligopole différencié, cartel, discrimination par les prix, price et non-price competition, marché contestable, marché étroit, effet de sélection adverse, aléa moral.

QCM (source : wps.pearsoned.com)

1. Une structure de marché oligopolistique prévaut lorsque :
 - a) Les entreprises sont en concurrence sur le marché en s'alignant sur la hausse ou sur la baisse de prix pratiquées par les autres entreprises.
 - b) Seul un petit nombre d'entreprises produit la plupart ou la totalité de la production du marché.
 - c) Les entreprises s'efforcent constamment de réduire leurs coûts, afin de réaliser des profits plus élevés que leurs concurrents
 - d) Tout ce qui précède.
2. Une entreprise oligopolistique doit soigneusement examiner son prix, ses quantités produites, sa publicité et ses décisions d'investissement, car,
 - a) Ses stratégies affecteront la rentabilité de ses concurrents, et les réactions de ses concurrents aux stratégies mises en œuvre auront une incidence sur la rentabilité de l'entreprise.
 - b) Si l'entreprise devient très rentable, des concurrents vont émerger, ce qui baissera les prix sur le marché.
 - c) Une fois que les choix sont faits, il est coûteux de changer de stratégie.
 - d) Aucune de ces réponses.
3. Un équilibre de NASH est atteint dans un marché oligopolistique lorsque
 - a) chaque entreprise prend la meilleure décision compte tenu de son prix de marché et de la technologie de production.
 - b) chaque entreprise prend des décisions optimales en fonction des actions de ses concurrents..
 - c) chaque entreprise prend des décisions optimales indépendamment des actions de ses concurrents.
 - d) chaque entreprise prend des décisions optimales en fonction des informations qu'elle a recueillies sur l'intelligence de ses concurrents.
4. Le dilemme du prisonnier peut être appliqué à l'oligopole lorsque :
 - a) Il est interdit d'entrer en collusion pour réaliser des profits plus élevés.
 - b) Un comportement coopératif se traduirait par un profit plus faible ; les entreprises se font alors concurrence jusqu'à atteindre un profit nul.
 - c) Quelle que soit la stratégie de l'entreprise 1, l'entreprise 2 pratique une concurrence agressive, même si la coopération permet d'atteindre des profits plus élevés.
 - d) Réponses 1 et 2.
5. Un cartel peut réussir à fixer un prix du marché supérieur à celui résultant d'un marché concurrentiel lorsque :
 - a) La collusion explicite et des accords formels sont légaux.
 - b) La demande pour le bien ou le service est inélastique.
 - c) Les membres ne dévient pas de l'accord et ne produisent pas une quantité supérieure au niveau convenu.
 - d) Tout ce qui précède.
6. Une entreprise en situation oligopolistique prendra les meilleures décisions :
 - a) Compte tenu de sa demande du marché et de ses fonctions de coût.
 - b) Compte tenu des prévisions de croissance du marché et des investissements futurs dans la technologie.
 - c) Compte tenu de la demande de marché, de la technologie et les coûts des inputs.

d) Compte tenu de son anticipation des stratégies de ses concurrents et de leurs réactions à sa stratégie.

7. A votre avis, lorsque des économistes s'opposent tant à l'annulation de la dette des pays pauvres qu'à l'accroissement de l'aide, ils invoquent un concept économique qui est :

- a) aléa moral
- b) passage clandestin
- c) malhonnêteté
- d) sélection adverse

Questions

1. Si le gouvernement impose une taxe spéciale de 5.000 € sur les voitures de sport, le prix payé par les acheteurs augmentera-t-il de 5.000 €, plus, ou moins ? Pourquoi ? Expliquez en termes d'élasticité des courbes d'offre et de demande. (**)

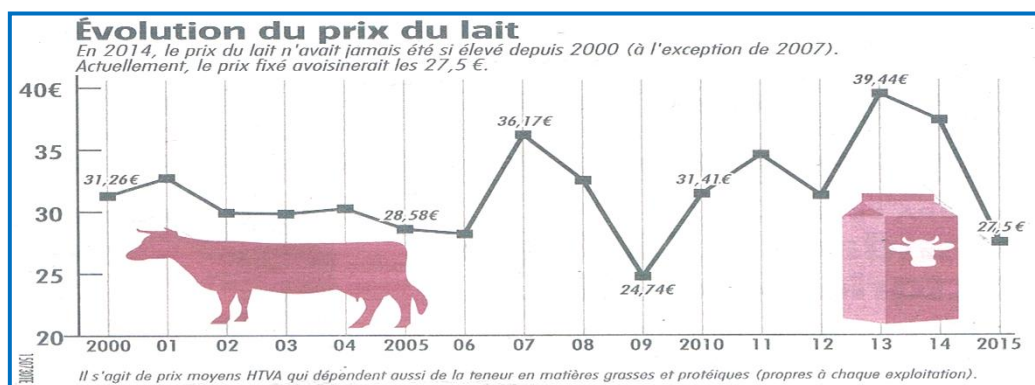
2. Le parlement décide d'imposer une taxe de 0,25 € sur les carburants, dans le but de réduire la pollution atmosphérique : (**)

- la taxe doit-elle être imposée aux producteurs ou aux consommateurs ? Pourquoi ?
- la demande de carburant étant relativement inélastique, la mesure sera-t-elle efficace ? Pourquoi ?
- les consommateurs de carburant sont-ils avantagés ou désavantagés par cette taxe ?
- même question pour les travailleurs de l'industrie pétrolière. Expliquez.
- est-ce à priori, sur le plan purement économique un bon moyen ? A court terme ? A long terme ? Discutez. (*pistes de réflexion : substitution, compétitivité d'énergies alternatives, ...*)

3. Sur le marché du fromage belge, les producteurs se plaignent du prix trop bas qui les met en difficulté. Le gouvernement les entend et décide d'imposer un prix plancher supérieur. (***)

- a) à l'aide d'un diagramme O-D, montrez les effets de cette situation. Y a-t-il excédent ou pénurie de fromage ? Qui est rationné : producteurs ou consommateurs ?
- b) les producteurs de fromage se plaignent alors que leurs revenus ont diminué. Est-ce possible et pourquoi ?
- c) le prix des fromages italiens baisse ; conséquences ?
- c) le gouvernement décide alors d'acheter tous les stocks restants au prix plancher, pour les revendre à prix très faible dans des pays pauvres. Qui gagne ? Qui en fait les frais ? Est-ce là un bon signal pour les producteurs ? Conséquences ? (*pistes de réflexion : production laitière, cheptel, surfaces agricoles, ...*)

4.



Vers l'Avenir, 30/07/2015

L'Europe avait instauré depuis 1984 des quotas laitiers (limitation de la production de lait). Ces quotas ont pris fin le 31 mars 2015, l'argument étant une demande mondiale en forte expansion, notamment de la part de pays émergents (Chine, ...). Comment pouvez-vous expliquer les problèmes rencontrés par les éleveurs, notamment au regard de l'évolution du prix du lait présentée sur ce graphique ? (*pistes de réflexion : structure du marché, nature de l'offre – cheptel, pâturages, ...*) (***)

5. Livrez-vous via internet à une analyse économique du marché du café en dosettes. Selon vous, quelle est la structure de ce marché ? Argumentez. ☼

6. L'OPEP est un cartel : (**)

- pourquoi ses membres se réunissent-ils régulièrement pour fixer des quotas de production ?
- pourquoi ce cartel n'a-t-il pas toujours fonctionné correctement ?

7. Les grandes équipes de football forment un oligopsonne sur le marché des joueurs. Quel pourrait être leur objectif en matière de politique salariale ? Pourquoi un tel objectif est-il difficile à atteindre ? (***)

8. Le tableau ci-dessous décrit l'impact des tarifs douaniers dans les relations commerciales entre les USA et le Mexique (en milliards de \$). (***)

		USA	
Mexique	TARIF	élevé	bas
	Élevé	USA = + 20 MEX = + 20	USA = + 10 MEX = + 30
	Bas	USA = + 30 MEX = + 10	USA = + 25 MEX = + 25

- ❑ Quelle est la stratégie dominante pour chacun des participants ? Quel est dans ce cas l'équilibre de NASH ? Commentez et justifiez.
- ❑ La signature en 1993 de l'Accord de Libre-échange entre les deux pays (ALENA), prévoyant une baisse simultanée des tarifs douaniers, se justifie-elle au vu de ce tableau ?

9. Les pouvoirs publics ont deux solutions pour aider les pauvres : leur donner de l'argent ou leur fournir des colis alimentaires gratuits. Discuter du pour et du contre de ces solutions, notamment en termes d'asymétrie d'information et d'aléa moral. *[Vous pouvez aussi vous appuyer sur les réflexions de la leçon1 à propos de J. Rawls et aussi celles d'Amartya Sen \(à rechercher\).](#)* (***)

10. Etendons le champ de nos investigations. A propos d'asymétrie d'information et de signalement, comment pouvez-vous interpréter les deux situations suivantes³⁹ (☼) :

- ❖ Ne connaissant pas trop bien ses goûts, vous offrez comme cadeau d'anniversaire à votre petite amie une enveloppe avec de l'argent, en lui disant qu'elle pourra ainsi s'acheter ce qui lui plaît ; elle vous quitte !
- ❖ ses parents lui donnent comme cadeau d'anniversaire une enveloppe avec de l'argent, en lui disant de s'acheter ce qui lui plaît ; elle est contente !!! (et sans en faire une question de genre, on se dit que les femmes sont bien compliquées, alors que le problème peut s'expliquer « économiquement »).

≈ ≈ ≈ ≈ ≈

Réponses au QCM :

1) a ; 2) a ; 3) b ; 4) c ; 5) d ; 6) d ; 7) a

³⁹ Vous vous demandez sans doute ce qu'une telle question fait dans un cours d'économie. Gary BECKER (1930-2014), économiste américain, prix Nobel 1992, a élargi le champ d'étude de la micro-économie à de nombreux comportements humains. Il estime par exemple que les criminels agissent rationnellement dans les situations où les bénéfices de leurs crimes excèdent la probabilité d'une peine de prison ou d'une amende. Il s'est aussi intéressé à l'« économie de la famille ». Par exemple, il constate qu'aux USA, les divorces dans les familles riches sont proportionnellement moins nombreux que dans les familles pauvres, car le coût en est très élevé. De même, il explique la baisse du taux de fertilité par deux phénomènes : d'une part, les femmes ont investi en « capital humain » (elles ont fait des études) et veulent rentabiliser en travaillant ; pour elles, le coût d'opportunité d'élever un enfant augmente et d'autre part, le return sur éducation augmente, d'où le désir d'offrir à ses enfants une éducation coûteuse, ce qui devient très ardu si on en a beaucoup.