

## Thème 5 : Les marchés des biens et services sont-ils concurrentiels ?

(Durée indicative : 18% du temps)

*Le marché concurrentiel reste la référence dans un système d'économie de marché. Toutefois, l'intensité concurrentielle varie selon les marchés considérés, notamment selon leur degré d'exposition à la concurrence mondiale. Elle n'est cependant pas figée et peut évoluer sous l'effet de différentes stratégies mises en œuvre par les entreprises ou de l'entrée de nouveaux concurrents.*

Questions clés pour entrer dans la problématique :

Qu'est-ce que la concurrence ?

Donnez des exemples de marchés qui vous semblent concurrentiels.

Comment une entreprise peut-elle faire face à la concurrence ?

### 5.1. L'intensité de la concurrence selon les marchés

- Les marchés concurrentiels.
- La loi de l'offre et de la demande

Un marché concurrentiel est défini comme un marché qui compte de nombreux acheteurs et vendeurs d'un même bien ou service, et dont aucun n'est en mesure d'influencer à lui seul le prix auquel ce bien ou ce service est vendu. Le marché est ainsi constitué par la rencontre d'une offre et d'une demande dans le but de réaliser un échange à un certain prix fixé.

Dans l'approche proposée, il ne s'agit pas de présenter le modèle du marché de concurrence pure et parfaite assis sur ses cinq conditions mais d'observer le fonctionnement de plusieurs marchés réels, possédant des degrés de concurrence différents pour en percevoir trois caractéristiques majeures :

- Les types d'offreurs et de demandeurs ;
- La libre entrée ou non sur le marché ;
- L'accès à l'information.

On pourra prendre le marché des biens immobiliers comme exemple. On peut constater que l'offre et la demande sur ce marché sont influencées par de nombreux facteurs externes :

- La situation économique (revenu des agents, capacité d'endettement des agents, politique de l'État en matière d'aide à la construction) ;
- Les facteurs sociologiques : taille des familles, type d'habitat : habitat urbain concentré/mitage de l'habitat rural ;
- Les facteurs spatiaux : la rue, le quartier, les équipements publics de proximité (école, transport en commun...).

Ce marché se décompose traditionnellement en un « marché de l'ancien » et un « marché du neuf » qui possèdent des caractéristiques propres (offreurs particuliers dans un cas, offreurs

professionnels dans l'autre, agences immobilière dans les deux cas). L'étude de l'accès à l'information et de la libre entrée permettront de caractériser ces marchés.

Une étude de la situation de ce marché au niveau local peut conduire les élèves à observer la part relative du marché de l'ancien et du neuf, appréhender les acteurs, étudier les facteurs ayant des incidences sur chacun... L'observation peut conduire à constater, entre autre, que le prix d'un bien immobilier ne prend pas seulement en compte ses qualités intrinsèques (nombre de pièces, qualité de l'isolation, surface...), mais aussi son positionnement géographique, son environnement économique immédiat ou élargi (emplois à proximité, transport...).

Un marché international comme celui de l'aéronautique civile pourra permettre d'appréhender une autre forme de marché sur lequel le nombre d'offreurs apparaît comme très limité mais qui reste encore très concurrentiel. Il est évidemment possible d'étudier d'autres exemples concrets.

Sur un marché concurrentiel, la détermination du prix doit être regardée comme une résultante du fonctionnement du marché. Il est nécessaire de présenter de façon simple cette loi de l'offre et de la demande à partir, par exemple, d'une simulation de fonctionnement d'un marché.

Une fois les courbes construites, on montrera qu'elles ne sont pas figées mais que, sous l'influence de différents facteurs, elles peuvent subir des chocs provoquant leur déplacement et aboutissant à un nouveau prix. Il n'est pas demandé d'étudier les élasticités.

## **5.2. Les moyens de réduire l'intensité concurrentielle**

- Les innovations, la différenciation, les ententes.
- Le monopole, l'oligopole.

En observant le fonctionnement des marchés, on constate que le prix découle non seulement de la rencontre de l'offre et de la demande mais aussi des stratégies d'acteurs.

Il faut ici centrer l'étude sur les marchés étudiés dans le cadre du point V.1. Il ne s'agit pas d'aborder la théorie de la concurrence imparfaite ni d'étudier les évolutions des mouvements de concentration mais d'observer que certains marchés sont peu concurrentiels et tendent vers des situations de monopole ou d'oligopole. Les stratégies d'entreprises peuvent conduire à limiter la concurrence par le biais des ententes, de la différenciation ou de l'innovation.

Ces situations de marché permettent aux entreprises de fixer leur prix plus librement.

### **Quelques sites Internet :**

Pour les marchés concurrentiels :

Les notes de conjonctures des notaires pour le marché de l'immobilier :

[www.immobilier.notaires.fr/jahia/Jahia/](http://www.immobilier.notaires.fr/jahia/Jahia/)

Note de conjoncture INSEE :

[www.insee.fr/fr/indicateurs/ind96/20111124/IPLA\\_2011T3.pdf](http://www.insee.fr/fr/indicateurs/ind96/20111124/IPLA_2011T3.pdf)

Les ententes :

[www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Entente](http://www.economie.gouv.fr/dgccrf/Publications/Vie-pratique/Fiches-pratiques/Entente)