

Exercice sur les limites de la concurrence pure et parfaite (C.P.P.)

<u>Etre démonstratif en ...</u>	<u>Google BIENTÔT À L'AMENDE ?</u>	<u>... Economie.</u>
<p>Q.2. Citez une loi antitrust du XIXème siècle.</p>	<p>Et de deux. Le mercredi 20 avril, Margrethe Vestager, la commissaire européenne à la Concurrence, est revenue à la charge contre Google, accusant l'entreprise américaine d'abuser de sa position dominante sur le mobile, grâce à son système d'exploitation Android. L'an dernier, à la même époque, l'U.E. avait déjà attaqué le géant de Mountain View sur le front de l'antitrust, en pointant l'hégémonie de son moteur de recherche et en le menaçant d'une amende salée de 6 milliards d'euros (l'affaire est toujours pendante). «<i>Nous ne sommes pas contre les firmes qui réussissent</i>, a tenu à rappeler la commissaire, plus pugnace que son prédécesseur, Joaquín Almunia. <i>Mais elles doivent continuer à innover. Et non pas abuser de leur puissance pour empêcher d'autres entreprises d'innover.</i> »</p>	<p>Q.1. Rappelez les principes d'une position dominante et son résultat principal par rapport à un marché en concurrence pure et parfaite (C.P.P.)</p>
<p>Q.4. Qu'est-ce qui semble rendre le marché peu contestable ?</p>	<p>Désormais, à charge pour Google de répondre à ces griefs. Si la réponse de l'entreprise n'est pas convaincante, elle risque une sanction financière qui pourrait s'elever jusqu'à 10 % de son chiffre d'affaires mondial, estimé à 75 milliards de dollars en 2015. Soit environ 6 milliards d'euros (encore une fois). Une somme bien supérieure à l'amende record infligée à Microsoft début 2008: 899 millions d'euros.</p>	<p>Q.3. Par quel mécanisme les « firmes qui réussissent » parviennent-elles à se retrouver en contradiction avec l'état de concurrence ? Quel principe de la CPP se trouve alors nié ?</p>
<p>Q.5. A partir de l'écriture comptable du chiffre d'affaires, justifiez le principe de l'amende en vous référant à l'équilibre en CPP.</p>	<p><i>Olivier Tesquet - Télérama n° 3459 - 27 avril 2016</i></p>	<p>Q.6. En quoi cette mesure s'inscrit-elle dans la politique de concurrence de l'U.E. ? De quelle nature est cette mesure ?</p>
<p>Statistiques</p>		
<p>S.1. Retrouvez les données brutes permettant d'établir la hiérarchie des amendes, réelle (microsoft) ou potentielle (Google).</p>		
<p>S.2. Calculez l'indice de l'amende de Google, base 100 Amende de microsoft. Faites une phrase avec le résultat. Ce résultat exprime-t-il précisément une proportion, une part ou un taux de variation ?</p>		
<p>S.3. La donnée statistique « 10 % » exprime-t-elle précisément une proportion, une part ou un taux de variation ?</p>		

Sujets du Bac proches du document :

- Comment les différentes barrières à l'entrée limitent-elles la concurrence entre les entreprises ? Asie 2013
- Comment la politique de la concurrence peut-elle lutter contre les abus de position dominante ? Antilles Guyane 2013
- Pourquoi mettre en place une politique de concurrence ? (Autres centres étrangers – 2014)
- Pourquoi une politique de la concurrence est-elle nécessaire ? Antilles 2013

➤ Corrigé (en vert réponse d'une élève... en gras d'un prof.)

Q.1. Rappelez les principes d'une position dominante et son résultat principal par rapport à un marché en concurrence pure et parfaite (C.P.P.)

Q1. On parle de position dominante lorsque qu'une entreprise a une forte part de marché et qu'elle dispose d'une avance technologique qui lui permet d'augmenter ses prix ainsi que son profit (pouvoir de marché). Il s'agit donc d'un "éloignement" de la concurrence pure et parfaite puisque l'entreprise fait obstacle à la concurrence effective du marché.

- Sur un marché de CPP aucun acteur ne peut **s'imposer** aux autres du fait du principe **d'atomicité** (une des 5 conditions du **modèle**). La position dominante s'exprime à travers la situation captive du demandeur face à une situation d'oligopole (peu d'offreurs) voire de monopole ou de l'offreur face à une situation d'oligopsonie (peu de demandeurs) voire de monopsonie.
- Le principal **résultat** du modèle de CPP est de satisfaire **quantitativement** au prix d'équilibre **le maximum** d'offreurs et de demandeurs pour un **prix minimum**. Or la position dominante permet d'être Price-maker et non plus Price taker comme le voudrait la conjonction de **l'atomicité et de la transparence**. Si un offreur ou un demandeur peut **faire le prix** c'est qu'en face les demandeurs (ou offreurs) ne peuvent pas ou peu réagir. Cette réaction moins que proportionnelle est mesurée par le coefficient d'élasticité de la demande (ou de l'offre) face au prix.
- Le gain à l'échange (que fait apparaître le modèle) des coéchangistes au lieu d'être partagé se trouve accaparé pour partie ou en totalité par l'acteur en position dominante.

Q.2. Citez une loi antitrust du XIXème siècle.

Q2. La loi Sherman en 1890 est une loi antitrust américaine qui a pour objectif de limiter les comportements anticoncurrentiels des entreprises.

Q.3. Par quel mécanisme les « firmes qui réussissent » parviennent-elles à se retrouver en contradiction avec l'état de concurrence ? Quel principe de la CPP se trouve alors nié ?

Q3. Les "firmes qui réussissent" utilisent leur pouvoir de marché pour réduire le nombre de firmes concurrentes. Le principe de libre entrée et sortie est donc nié.

Les entreprises qui réussissent sont celles qui peuvent par leurs performances améliorer le C.A. et leur excédent (E.B.E.)

- par l'innovation (expliquez...)
- par la performance (productivité supérieure) et la mobilisation des bénéfices pour la concentration (expliquez...)
- du fait des économies d'échelle permettant une baisse des coûts (expliquez...)

Les entreprises qui réussissent peuvent détruire l'atomicité du marché... et la libre entrée dans la branche (prix prédateurs).

Q.4. Qu'est-ce qui semble rendre le marché peu contestable ?

« ...l'hégémonie de son moteur de recherche »

Les entreprises qui réussissent peuvent atteindre une taille significative qui rendent les coûts fixes irrécupérables et / ou insurmontables (pas d'entrée dans la branche possible) + effet de réputation (monopole de fait par différenciation des produits)

« ...continuer à innover. Et non pas abuser de leur puissance pour empêcher d'autres entreprises d'innover. »

Les entreprises qui réussissent peuvent se comporter comme si elles ne craignaient pas l'érosion de leur clientèle témoignant ainsi de leur pouvoir de marché et d'un abus de position dominante.

Q.5. A partir de l'écriture comptable du chiffre d'affaires, justifiez le principe de l'amende en vous référant à l'équilibre en CPP.

C.A. = Prix x Quantité

or si profit il y a, il doit s'appuyer sur un **prix sur lequel pèse la concurrence** (prix d'équilibre du marché) et une certaine élasticité de la demande en situation de concurrence monopolistique (marché contestable) Le prix ayant était maintenu «plus haut » du fait de la **position dominante** et la demande ayant une élasticité affaiblie (maintien de la quantité malgré le prix « surévalué ») le CA est très supérieur à la situation de concurrence et ceci grâce aux deux termes du C.A. (prix et quantité) C'est donc sur ces deux termes que s'établit le montant de l'amende.

Q.6. En quoi cette mesure s'inscrit-elle dans la politique de concurrence de l'U.E. ? De quelle nature est cette mesure ?

L U E. défend le principe d'une concurrence loyale. Elle lutte contre les sources d'un pouvoir de marché sur les marchés pertinents. Pour y mettre fin la commission de la concurrence de l'U.E. peut mettre en place des incitations mais aussi des sanctions comme dans le cas d'une (menace) d'une amende.

S.1. Retrouvez les données brutes permettant d'établir la hiérarchie des amendes, réelle (microsoft) ou potentielle (Google).

→ *S1. 899 millions d'euros pour Microsoft et 6 milliards d'euros pour Google.*

S.2. Calculez l'indice de l'amende de Google, base 100 Amende de microsoft. Faites une phrase avec le résultat. Ce résultat exprime-t-il précisément une proportion, une part ou un taux de variation ?

S2. L'indice de l'amende de Google est 6,67 (base amende Microsoft) c'est à dire que l'amende de Google à été multipliée par 6,67 par rapport à celle de Microsoft. Ce résultat exprime une proportion.*

CORR : (calcul : 6 milliards / 899 millions) x 100 = 667 (pas de virgule)

S.3. La donnée statistique « 10 % » exprime-t-elle précisément une proportion, une part ou un taux de variation ?

S3. C'est un taux de variation.

CORR. : « 10 % de son chiffre d'affaires... » → [amendes / CA] x 100 → proportion !!!