

Corrigé proposé par SES réussite

Première – SES

Seconde partie : Raisonnement appuyé sur un dossier documentaire (10 points)

Sujet : À l'aide du dossier documentaire et de vos connaissances, vous distinguerez les structures de marché selon leur degré de concurrence entre producteurs.

Document strictement réservé à un usage pédagogique – diffusion interdite

Introduction

Les marchés ne sont pas tous organisés de la même manière : ils se distinguent par le nombre de producteurs présents et par le degré de concurrence entre eux. Ces différences donnent lieu à des structures de marché variées, qui influencent le pouvoir de marché des entreprises et les conditions de concurrence.

On peut alors se demander comment distinguer les structures de marché selon leur degré de concurrence entre producteurs.

Pour répondre à cette question, on montrera que certaines structures limitent fortement la concurrence (I), que d'autres correspondent à une concurrence intermédiaire (II), et enfin que la concurrence plus forte bénéficie aux consommateurs (III).

I. Le monopole : une absence de concurrence entre producteurs

Affirmation : Le monopole est une structure de marché caractérisée par une absence de concurrence entre producteurs.

En effet (cours) : dans un monopole, une seule entreprise est présente sur le marché. Elle détient un fort pouvoir de marché et peut influencer le prix, même si elle reste limitée par la demande. Les barrières à l'entrée empêchent l'arrivée de nouveaux concurrents.

Par exemple (document 2) : Jean Tirole explique qu'un monopole peut fixer des prix élevés sans perdre trop de clients. Cela entraîne une sous-consommation et un pouvoir d'achat réduit pour les consommateurs.

II. L'oligopole : une concurrence limitée entre quelques producteurs

Affirmation : L'oligopole correspond à une structure de marché où la concurrence existe mais reste limitée.

En effet (cours) : dans un oligopole, quelques grandes entreprises dominent le marché. Leurs décisions sont interdépendantes : chaque entreprise tient compte des réactions possibles de ses concurrentes, ce qui limite la concurrence par les prix.

Par exemple (document 1) : le marché de la construction aéronautique est dominé par Airbus et Boeing. En 2017, Boeing a livré environ 763 avions et Airbus 718 avions. Ce faible nombre de producteurs illustre une situation d'oligopole.

III. La concurrence forte : des structures favorables aux consommateurs

Affirmation : Les structures de marché caractérisées par une concurrence forte comme la concurrence pure et parfait sont plus favorables aux consommateurs.

En effet (cours) : lorsque la concurrence est intense, les entreprises sont incitées à baisser leurs prix, à améliorer la qualité des produits et à innover afin d'attirer les consommateurs.

Par exemple (document 2) : l'ouverture à la concurrence, comme dans le cas des taxis dans certaines villes européennes, a permis une baisse des prix et une augmentation de l'offre, contrairement à une situation de concurrence limitée.

Conclusion

Ainsi, les structures de marché se distinguent par leur degré de concurrence entre producteurs. Le monopole correspond à une absence de concurrence, l'oligopole à une concurrence limitée, tandis que les structures plus concurrentielles favorisent des prix plus bas et de meilleures conditions pour les consommateurs.