

Corrigé offert par SES réussite

Première – SES

Première partie : Mobilisation de connaissances et traitement de l'information

Document strictement réservé à un usage pédagogique – diffusion interdite

Question 1

Rappel de la question : Vous illustrerez par un exemple comment les ententes sont une source de pouvoir de marché. (3 points)

Illustration (exemple) : par exemple, plusieurs stations-service d'une même zone peuvent s'entendre pour augmenter le prix du litre d'essence de 1,80 € à 1,95 €. Les automobilistes n'ont alors plus d'alternative locale moins chère : les stations obtiennent un pouvoir de marché collectif.

En effet (cours) : une entente (ou cartel) est un accord, explicite ou tacite, entre entreprises concurrentes visant à fausser la concurrence (fixer un prix commun, se répartir le marché, limiter les quantités...). En agissant comme si elles étaient une seule entreprise, les firmes réduisent la pression concurrentielle : elles peuvent maintenir un prix plus élevé que le prix concurrentiel et capter une partie du surplus des consommateurs. La concurrence est affaiblie, ce qui augmente leur pouvoir de marché.

Affirmation : Ainsi, une entente est bien une source de pouvoir de marché puisqu'elle permet aux entreprises de fixer des prix plus élevés (ou de limiter les quantités) en réduisant la concurrence.

Question 2

Rappel de la question : En utilisant les données du document, vous présenterez l'évolution du prix des télécommunications en France, comparé à celui des États-Unis sur la période. (3 points)

Affirmation : Sur la période, les prix des télécommunications en France baissent relativement par rapport aux États-Unis, avec une rupture nette après 2011.

En effet (cours) : lorsqu'un marché devient plus concurrentiel (entrée d'un nouvel offreur), les entreprises sont incitées à baisser leurs prix pour attirer les consommateurs. On peut alors observer une baisse relative des prix.

Par exemple (document, graphique 2005-2014) : le document présente un COEFFICIENT MULTIPLICATEUR qui compare l'évolution des prix des télécommunications en France par rapport à celle des États-Unis.

- De 2005 à 2011, le coefficient multiplicateur passe d'environ 1,10 à environ 1,18.

Petit calcul (variation 2005 → 2011) : $1,18 - 1,10 \approx +0,08$.

Donc, sur cette première phase, le coefficient multiplicateur augmente légèrement ce qui traduit une légère hausse des prix en France par rapport aux États-Unis.

- De 2011 à 2014, le coefficient multiplicateur passe d'environ 1,18 à environ 0,72.

Petit calcul (coefficient multiplicateur de 2014 par rapport à 2011) : $0,72 / 1,18 \approx 0,61$.

Donc, entre 2011 et 2014, le coefficient multiplicateur est fortement réduit (il vaut environ 0,6 fois sa valeur de 2011), ce qui traduit une baisse relative marquée des prix en France par rapport aux États-Unis.

Question 3

Rappel de la question : Vous explicitez, à l'aide du document, les effets de la politique de la concurrence. (4 points)

Affirmation : La politique de la concurrence peut faire baisser les prix et améliorer le bien-être des consommateurs en limitant le pouvoir de marché des entreprises.

En effet (cours) : la politique de la concurrence vise à préserver une concurrence effective en luttant contre les pratiques anticoncurrentielles (ententes, abus de position dominante) et en favorisant l'entrée de nouveaux concurrents. Quand la concurrence s'intensifie, les entreprises doivent baisser leurs prix, améliorer la qualité et innover pour conserver leurs clients. Cela augmente le surplus du consommateur (prix plus bas, plus de choix) et réduit le pouvoir de marché.

Par exemple (document) : après 2011 (arrivée d'un nouvel opérateur), le COEFFICIENT MULTIPLICATEUR passe d'environ 1,18 en 2011 à environ 0,72 en 2014.

Petit calcul (variation 2011 → 2014) : $0,72 - 1,18 \approx -0,46$.

Donc, on observe une baisse relative importante des prix en France (comparée aux États-Unis), ce qui illustre l'effet pro-concurrentiel de l'ouverture du marché et, plus largement, de la politique de concurrence.