

Documents de travail 3.3.2. – Structures de marché et stratégies des entreprises

Questions : Pourquoi existe-t-il des monopoles ? Des oligopoles ? Les entreprises peuvent-elles mettre en place des stratégies pour être price maker ? Si oui, lesquelles ?

Document de travail 1 :

La concentration économique est le processus de diminution du nombre d'entreprises pour un marché donné, qui peut engendrer la création d'un monopole. Cette concentration passe soit par l'achat d'une autre entreprise (acquisition), soit par l'alliance entre entreprise via un échange de parts sociales (fusion) pour ne donner plus qu'un seul groupe.

La concentration économique est le processus de diminution du nombre d'entreprises pour un marché donné, qui peut engendrer la création d'un monopole. Cette concentration passe soit par l'achat d'une autre entreprise (acquisition), soit par l'alliance entre entreprise via un échange de parts sociales (fusion) pour ne donner plus qu'un seul groupe.

On peut distinguer la concentration verticale où l'entreprise rachète un concurrent direct, de la concentration (horizontal qui consiste à l'achat d'un fournisseur (concentration horizontale en amont) ou d'un client (concentration horizontale en aval). Enfin, la concentration conglomérale consiste à acheter une entreprise ayant des activités totalement différentes de la sienne.

A partir de ces définitions, déterminer le type de concentration concerné :

	Type de concentration
Michelin achète des plantations d'hévéas pour faire du caoutchouc en Indonésie	
Renault et Nissan fusionnent	
Bouygues BTP rachète TF1	
Total rachète Elf	
Une coopérative de producteurs de produits bio rachète une enseigne de vente au détail pour commercialiser leurs produits directement auprès des consommateurs	

Document de travail 2 :

Remplir le tableau suivant avec les données suivantes : EDF jusqu'aux années 2000 puis ErDF actuellement, Apple, De Beers (producteur de diamant sud-africain qui détient plus de 90 % du marché grâce à ses mines), la SEITA distribue les différentes marques de cigarettes en France, Sony.

Les différentes causes d'apparition d'un monopole

Les causes d'apparition des monopoles	Exemples
Contrôle d'une ressource cruciale	
Monopole naturel grâce à des économies d'échelle via un réseau coûteux à mettre en place	
Innovation technologique	
Barrières à l'entrée – monopoles légaux	

Document de travail 3 :

Pour différencier ses produits, l'entreprise peut innover, améliorer le design, les services attachés au produit, l'image de marque, la qualité du produit. Remplissez le tableau grâce aux informations précédentes.

Moyens de différencier les produits	Exemples
	Apple, Sony
	Chanel
	Kia et 7 ans de garantie
	Samsung qui monte en gamme

Document de travail 4 :

Résumé des différentes stratégies mises en place par les entreprises pour éviter une trop forte concurrence par les prix :

