Fiche Activité :
Le dilemme du prisonnier appliqué aux entreprises sur un marché oligopolistique

Document 4 :

Le modèle de représentation : On parle de stratégie coopérative pour désigner la stratégie optimale que peuvent mettre en place les acteurs s'ils s'entendent auparavant sur le comportement à adopter. La stratégie est dite non coopérative si les différents acteurs agissent sans concertation, et doivent donc prendre en compte toute les actions possibles des autres acteurs sans pouvoir les anticiper parfaitement. Voici un modèle de représentation :

		Acteur B	
		Action 1	Action 2
Acteur A	Action 1	(Gain de A ; Gain de B)	(Gain de A ; Gain de B)
	Action 2	(Gain de A ; Gain de B)	(Gain de A ; Gain de B)

Exercice : Le tableau est une « matrice des gains », qui représente ce que gagne chaque agent pour chaque prix. La première case se lit comme suit : si P&G fait payer 1,50 pendant que Unilever et Kao font aussi payer 1,50, P&G gagne 20 000 et Unilever et Kao gagnent également 20 000.

Matrice des gains

		Unilever et Kao	
		Font payer 1,50 €	Font payer 1,40 €
P&G	Font payer 1,50 €	(20 000 ; 20 000)	(3 000 ; 22 000)
	Font payer 1,40 €	(22 000 ; 3 000)	(12 000 ; 12 000)

Q1 - Quelle est a priori la tarification qui permet à l'ensemble des entreprises du secteur des insecticides de réaliser le profit total le plus élevé ?
Q2 - Si Unilever et Kao fixent un prix de 1,40 €, quel est le prix que devrait fixer P&G pour faire le plus grand profit ? Et si Unilever et Kao fixent un prix de 1,50 € ?
Q3 - Quelle est alors la tarification que doit choisir P&G ?
Q4 - Si chaque entreprise raisonne de la même façon, quel est le tarif pratiqué par l'ensemble des firmes ? Cela vous semble-t-il être une situation optimale ?
Q5 - Comment une entente peut-elle leur permettre de gagner plus ?

B- Le cas des ententes sur un marché oligopolistique

1- Qu'est-ce qu'une entente?

Document 5 :

Des réunions illicites dans des hôtels de province et des brasseries parisiennes, un abonnement de téléphone portable souscrit au nom de la compagne d'un des participants pour mieux se dissimuler, des carnets officieux : « l'affaire du cartel du

yaourt » a tout d'un film policier. De 2006 à 2012, onze fabricants de produits laitiers frais (Lactalis Nestlé, Yoplait, Laïta, etc.) se sont concertés pour coordonner leurs politiques tarifaires et commerciales. Prohibée par le Code de commerce français, cette entente leur vaudra une amende de plus de 130 millions d'euros. Seul Yoplait échappera à la sanction : repentie, l'entreprise a dénoncé ses petits camarades…

Benoît Bréville, « Le cartel du yaourt », Manière de voir n°158, avril-mai 2018.

Ou **Document 5 :** Un reportage France 2, Le 20 heures, du 24 février 2015, un exemple d'entente illicite
https://www.youtube.com/watch?v=DNC102oFd9U

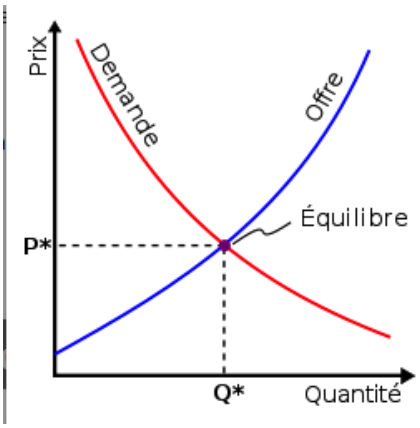
Q1 - Quels ont été les moyens utilisés par les producteurs de yaourts pour se concerter sur les prix et la commercialisation de leurs produits ?
Q2 - D'après vous, quel était l'intérêt pour ces entreprises d'avoir recours à une telle organisation ?
Q3 - Quelles sont les conséquences d'une telle entente pour les consommateurs ?
Q4 - Comment les pouvoirs publics se sont-ils rendus compte de l'existence de ce cartel ?
Q5 - En réutilisant la matrice des gains de la brute et du truand, montrez que Yoplait avait intérêt à dénoncer cette entente.

2- L'intérêt d'une entente pour les oligopoleurs

Document 6 : La bulle éco (France culture)
https://www.franceculture.fr/emissions/la-bulle-economique/delinquance-en-col-blanc-les-cartels-et-leurope
Q1 - Définissez le cartel. Quels sont les éléments sur lesquels les entreprises peuvent s'entendre ?
Q2 - Qu'est-ce que cela représente en terme de prix ?
Q3 - Comment peut-on lutter contre les cartels?
Q4 - Comment s'organisait le cartel des fabricants de camions européen?

Revenons à l'exemple de l'oligopole des yaourts :
Questions à propos de l'oligopole de yaourts :
Q1- Quelle a été la conséquence d'une telle entente sur le prix des yaourts ?

Q2- Si le graphique ci-dessous, dessinez le nouveau prix issu de l'entente.



Q3- Coloriez le surplus du producteur en cas d'entente. Comparez ce surplus à celui obtenu sur un marché en CPP.

Q4- Que peut-on en déduire quant au surplus du consommateur?

Conclusion de la séquence :

Remplissez le texte ci-dessous avec les termes suivants : maximise, oligopole, entente (x2), prix, profit, dilemme du prisonnier, demandeurs, part de marché, offreurs, illégale, pouvoir de marché, quantités, imparfaits, surplus .

Les exemples de marchés ……sont nombreux. Parmi ceux-ci se trouve l'..... Un marché oligopolistique est un marché sur lequel un petit nombre d'..... se partagent le marché face à une multitude de …….. Chacun de ces offreurs disposent donc d'un certain ……..……(=capacité à influencer le marché, et notamment le prix sur ce marché).

En situation d'oligopole les entreprises cherchent alors à augmenter encore davantage leur……... Pour ce faire, elles disposent de différentes stratégies :

- En l'absence d'..... sur un marché oligopolistique, les producteurs peuvent être amenés à se livrer une guerre des prix. Chacun cherche alors à s'approprier le plus possible de parts de marché en proposant un …… sans cesse plus bas que celui de ses concurrents. Cette situation conduit cependant à une diminution du …….. de l'ensemble des acteurs du secteur.
- Les entreprises peuvent également être amenées à se concentrer.
- La formation d'une …… permet enfin aux producteurs de s'entendre sur les prix et/ou les …… afin de maximiser leurs profits respectifs.

Dans le cas d'une entente …….. sur les prix, les entreprises en question aboutissent à la meilleure situation collective possible, c'est-à-dire celle qui …… le profit total. Dans ce cas précis, le résultat obtenu est meilleur pour les producteurs étant donné qu'ils vont pratiquer des prix supérieurs à une situation concurrentielle (guerre des prix). Cela se caractérise par une appropriation par les producteurs d'une partie du …… des consommateurs. Ces ententes, largement pratiquées et lourdement sanctionnées justifient l'exemple devenu célèbre du……...