

INTERROGATION ÉCRITE N°2

NOM :

CONSIGNES :

- 1 - Répondre aux questions sans recopier ni paraphraser les textes ;
- 2 - Accompagner vos affirmations d'explications ;
- 3 - Bien définir les termes utilisés ;
- 4 - Vérifier l'orthographe et l'expression ;

THEME : **Le marché du pétrole**

1 – L'histoire du marché du pétrole (1859-1999)

Le premier forage, effectué en Pennsylvanie en 1859, marque le début de l'industrie pétrolière. Très vite la Standard Oil, fondée par J.D. Rockefeller, contrôle la totalité du transport et du raffinage. Laissant, dans un premier temps, l'extraction à une multitude de petits producteurs « indépendants », il est le seul acheteur et instaure un.....La Standard Oil dominera le marché pendant près de quarante ans.

À la suite de son démantèlement en 1911 en vertu de la loi antitrust américaine (Sherman Act voté en 1890), sept compagnies, appelées les "sept sœurs" [Esso, Mobil, Chevron (qui sont issues de la Standard Oil), Texaco, Gulf, Anglo-Persian Oil (BP) et Royal Dutch Shell], se partageront le marché du pétrole. Ces majors contractent un accord officiel, un..... : elles continueront de réguler l'offre et de fixer les prix, en gelant leurs parts de marché respectives. Elles tendent, de fait, à faire disparaître le marché du pétrole brut par l'intégration....., qu'elles développent "du puits à la pompe". Elles achètent ensuite les petites firmes pétrolières qui émergent. L'oligopsonne se double d'un oligopole et la concentration verticale complète la concentration horizontale.

Le dynamisme de la demande mondiale en produits pétroliers qui accompagne le développement industriel pousse les majors - dont les rentes de monopole assurent les capacités financières - à développer la prospection sur d'autres continents. Devant les réactions de certains États, qui cherchent à obtenir un partage plus équitable de la....., les majors utiliseront différents moyens de pression : boycott des pétroles mexicains et vénézuéliens. Le prix du pétrole est maintenu artificiellement bas, ceci permet :

- ✓ de stimuler la consommation dans le monde ;
- ✓ d'éviter le développement de sources d'énergies alternatives.

Un prix peu élevé freine, en revanche, le développement des prospections, en réduisant leurs perspectives de rentabilité. La demande tend alors à s'accroître plus vite que l'offre.

Avec la création en 1960 de l'Organisation des Pays Producteurs de Pétrole (OPEP) [Les pays membres de l'OPEP étaient au nombre de 13 : Algérie, Arabie Saoudite, Émirats arabes, Equateur, Gabon, Indonésie, Irak, Iran, Koweït, Lybie, Nigeria, Qatar, Venezuela. Depuis le Gabon (1992) et l'Equateur (1996) ont quitté l'OPEP], les États producteurs prennent progressivement le contrôle de leur sous-sol et de leurs ressources pétrolières (reprise en main des concessions, accords de participation, nationalisations à partir des années 1970).

Cette nouvelle donne permet un partage contractuel de la rente plus favorable aux États (les immenses concessions de long terme accordées par les États producteurs aux compagnies pétrolières, permettent de renégocier les montants des taxes et royalties) [Les royalties sont des redevances versées aux États par les compagnies qui disposent de concessions pétrolières c'est-à-dire du droit d'exploiter les gisements].

Deux.....se font face mais ils s'entendent pour limiter la concurrence. Le commerce du pétrole est alors relativement simple et le niveau du prix du pétrole est fixé pour des périodes assez longues.

Au début des années 1970, les taux d'utilisation des capacités de production atteignent des sommets. Deux événements purement politiques vont montrer la sensibilité des prix à la moindre variation exogène de l'offre.

- ✓ En octobre 1973 éclate la guerre du Kippour. L'embargo décrété par les pays arabes sur les pays soutenant Israël, notamment les États-Unis, ainsi que la limitation de l'offre proposée par ces mêmes pays aux autres gros consommateurs, crée une pénurie. En réaction, le prix du brut est multiplié par quatre, passant de 3 à 12 dollars le baril, en raison de la rigidité de la demande à court terme.
- ✓ Ce niveau de prix est cependant davantage compatible avec le faible accroissement des réserves mondiales et, freinant la consommation, permet de rétablir les conditions d'équilibre du marché à long terme.
- ✓ Avec la révolution iranienne et la guerre entre l'Irak et l'Iran qui s'ensuit, l'offre mondiale se contracte à nouveau de l'ordre de 5 mb/j. On assiste alors à un quasi triplement des prix entre le début 1979 et la fin 1981.

Mais, à 25 \$ le baril, malgré leur coût d'exploitation élevé, les champs pétrolifères de Mer du Nord et d'Alaska deviennent rentables et la production peut se développer. Dans le même temps la demande s'infléchit : les pays consommateurs s'efforcent de limiter les gaspillages et diversifient leurs sources d'énergie. Jusqu'en 1985, l'OPEP maintient les prix en limitant son offre. Elle perd ainsi d'importantes parts de marché. Réapparaissent alors les divergences stratégiques au sein de l'alliance des pays de l'OPEP.

- ✓ Les pays à forte population, endettés et dont les capacités de production sont proches de la saturation, veulent limiter la production pour élever les prix.
- ✓ Les pays disposant de réserves importantes, cherchent à maximiser leur rente sur le long terme (stratégie de gains de parts de marché, par une baisse des cours).

Les tensions nées du non respect des..... par certains pays membres vont inciter l'Arabie Saoudite à abandonner son rôle de producteur d'appoint. Elle augmente son offre ce qui provoque l'effondrement des prix. En 1986, le prix du baril revient aux environs de 10 \$. Cette baisse des prix compensée par l'accroissement des volumes exportés est supportable financièrement par l'Arabie Saoudite et les émirats du Golfe, mais est déstabilisante pour les autres pays. En août 1986, l'Arabie Saoudite accepte de revenir au système des quotas, instauré en 1982.

En contrôlant sa production, l'OPEP tend à stabiliser les cours du pétrole à des niveaux acceptables par les deux parties qui la composent. Pendant dix ans, elle y parvient globalement, malgré des tensions persistantes et un respect chaotique des quotas. Même la crise de l'invasion du Koweït par l'Irak en 1990 n'affectera pas durablement le niveau des prix. Après une brève flambée des cours pendant trois mois, l'Arabie Saoudite compensera le manque d'offre en récupérant la part de marché de l'Irak, alors soumis à l'embargo des Nations Unies. Mais le contrôle du marché est rendu délicat par la réduction de la place occupée par les producteurs membres de l'OPEP dans la production totale. À la fin des années 90, ils ne contrôlent plus que 40 % de la production totale. La production des pays qui ne sont pas membres de l'OPEP, les NOPEP, a en effet sensiblement augmenté puisque l'écart entre les.....d'exploitation et le prix du pétrole s'est réduit sous le double effet du progrès technique et du niveau durablement élevé du prix du pétrole (entre 20 et 25 \$ le baril). Depuis 1998, le prix du pétrole est devenu très instable avec des variations particulièrement fortes.

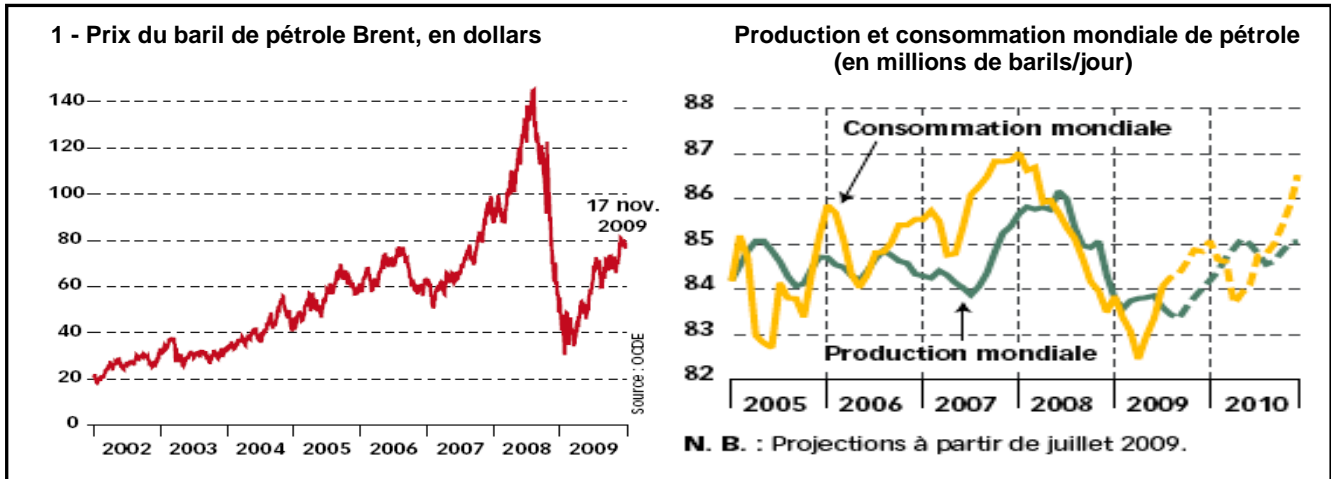
(Source : Jean-Paul Simmonet, *Le marché pétrolier*, <http://www.lyc-aronval-brive.ac-limoges.fr/secosoc/2006>)

Q1 – Complétez le texte avec le vocabulaire adéquat (aidez vous du contexte et du cours) (3,5 pts)

Q2 – Expliquez le sens de chaque phrase soulignée (6 pts)

Q3 – Expliquez les limites de la politique de Cartel de l'OPEP (3,5 pts)

2 – L'histoire récente du marché du pétrole (1999-2010)



(Source : « Les chiffres de l'économie 2010 », *Alternatives Economiques*, Hors-série n°82, Octobre 2009)

Q1 – Calculez le taux de variation du prix du baril entre le 1er janvier 2007 et le 1er janvier 2008 et celui de la consommation entre le 1er janvier 2008 et le 1er janvier 2009 (1 pt)

Q2 – A partir de vos 2 résultats, calculez l'élasticité-prix de la demande de pétrole. Donnez la signification de votre résultat ? (1 pt)

2 – La circulation automobile a baissé en France de 1,4% en 2005, une première depuis 1974, année du premier choc pétrolier. L'augmentation des prix des carburants depuis 2003 (+ 20%) explique en grande partie cette évolution. Plutôt que d'augmenter leurs dépenses liées à l'automobile, qui représentent déjà 13% de leur budget, les ménages ont préféré réduire leur consommation. De plus, ils achètent moins de véhicules et les utilisent moins, en particulier pour les courts trajets. Les transports collectifs urbains enregistrent une forte hausse de leur fréquentation (+ 3,4% par an en moyenne depuis 1996), grâce à des tarifs modérés et une amélioration de l'offre.

(Source : S.M, *La voiture tousse*, *Alternatives économiques* n° 251, Octobre 2006)

3 – Quatre-vingts dollars ! Les compagnies pétrolières ont l'œil rivé sur le cours du baril de brut et quand il oscille autour de ce prix, elles peuvent voir l'avenir sereinement. Chez Total, on estime qu'au-dessus de 60 dollars, les profits annuels du groupe gonflent de 110 millions d'euros chaque fois que le baril gagne 1 dollar.

Les cours élevés de l'or noir n'expliquent pas, à eux seuls, la bonne santé des pétroliers. Certains ont également profité d'une réduction de leurs coûts. Mais aussi d'une hausse de la production de pétrole et de gaz, qu'ils aient mis en exploitation de nouveaux gisements ou racheté des concurrents pour gonfler leur portefeuille. ExxonMobil en est la meilleure illustration : grâce au rachat pour 41 milliards de dollars du spécialiste des gaz de schistes XTO Energy, fin 2009, le groupe a augmenté sa production de gaz de 50 %. Les projets de production se multiplient dans le monde. Total a tiré profit de ses nouvelles plates-formes géantes du golfe de Guinée (Angola, Nigeria), et sa production a progressé de 4,3 % au troisième trimestre

(Source : Jean-Michel Bezat, *Le Monde* du 02 novembre 2010).

4 – « De même, la rigidité de l'offre à court terme résulte des délais nécessaires pour la découverte et la mise en valeur des gisements à coût marginal plus élevé, ou bien pour le développement de sources d'énergies alternatives. A moyen terme cependant, la production mondiale de brut ne peut être que stimulée par la plus grande rentabilité de l'offre.

« Le ralentissement de la demande conjugué au redressement de la production sont de nature à ramener les prix vers des niveaux plus raisonnables, compatibles avec la poursuite de la croissance mondiale ».

(Source : Jacques Adda, « Le choc permanent », *Alternatives Economiques* n° 271, juillet 2008)

Q1 – Quelle est l'incidence de la hausse du prix du pétrole sur le comportement des consommateurs (1 pt)

Q2 – Quelles sont les conséquences de cette hausse pour les producteurs. Expliquez la phrase soulignée (2 pts)

Q3 – Peut-on dire que la loi de l'offre et de la demande fonctionne sur le marché pétrolier. Justifiez votre réponse (2 pts)

INTERROGATION ÉCRITE N°2

NOM :

CONSIGNES :

- 1 - Répondre aux questions sans recopier ni paraphraser les textes ;
- 2 - Accompagner vos affirmations d'explications ;
- 3 - Bien définir les termes utilisés ;
- 4 - Vérifier l'orthographe et l'expression ;

THEME : **Le marché des télécommunications**

1 – L'ère des monopoles au cours des années 1950-1980

Les télécommunications ont été longtemps assurées, en France, par un monopole public. Trois raisons expliquaient cette situation.

La première est que le téléphone, comme tous les grands réseaux, est d'une importance vitale pour la sécurité intérieure et extérieure du pays. C'est pourquoi l'État français a voulu contrôler étroitement le télégraphe et le téléphone dès leur apparition, au XIXe siècle.

Le maintien d'un monopole public a été aussi justifié par le fait que le téléphone était un service public, au même titre que la fourniture de l'eau ou de l'électricité: chacun devait pouvoir disposer d'un accès au téléphone au même prix dans tout le pays. Alors que des opérateurs privés auraient évidemment fait payer plus cher l'accès dans les zones reculées, un monopole public pouvait assurer une péréquation tarifaire au niveau national.

Mais le monopole tient principalement à une raison économique : le coût d'installation d'un réseau terrestre classique est énorme. Le premier qui assure cet investissement sur un territoire donné empêche donc l'entrée de tout nouveau concurrent dans la mesure où le coût marginal du nouvel abonné est très faible, une fois l'investissement de base réalisé. C'est pourquoi, même dans les pays où le développement du téléphone a été laissé à l'initiative privée, comme aux États-Unis, la plus grande entreprise - en l'occurrence ATT - a fini par racheter tous ses concurrents: la maîtrise du réseau interurbain a permis à ATT d'étrangler les compagnies locales indépendantes en leur imposant un tarif prohibitif pour communiquer avec le reste du pays.

(Source : Pierre Sohlberg, *Alternatives Economiques* n° 149, Juin 1997)

- Q1** – Expliquez pourquoi les télécommunications étaient un monopole public ou privé ? (3 pts)
Q2 – Expliquez le sens des deux phrases soulignées (2 pts)
Q3 – Quelles sont les conditions de la concurrence pure et parfaite qui ne sont pas respectées sur ce marché ? (2 pts)

2 – L'ère de la concurrence depuis les années 80

1 - Comment expliquer que le secteur des télécommunications s'ouvre aujourd'hui à la concurrence ? Parce que les plus gros utilisateurs - banques, compagnies aériennes, multinationales - trouvent que leurs factures téléphoniques sont trop lourdes. Il faut savoir que la facture annuelle d'une grande banque, qui passe son temps à échanger des données informatiques entre tous ses sites, peut dépasser le milliard de francs. Réduire une telle dépense est donc un véritable enjeu.

La déréglementation a commencé aux États-Unis à la fin des années 70, sous la présidence Carter. Les grands utilisateurs trouvaient que les tarifs pratiqués par ATT - bien que soumis au contrôle des autorités - étaient exorbitants, compte tenu du coût réel des communications.

Mais la pression des utilisateurs n'aurait pas suffi à faire sauter les monopoles si, dans le même temps, d'autres facteurs n'étaient entrés en jeu. Le premier, c'est la croissance rapide et la diversification du domaine. Le marché des télécoms croît depuis 15 ans à un rythme sensiblement égal au double du PIB mondial. Il devrait atteindre les 1 000 milliards de dollars à la fin de la décennie. L'idée qu'un tel pactole puisse être laissé à des monopoles, qu'ils soient publics ou privés, arrache des larmes à tous les concurrents potentiels !

Le second facteur, c'est la diversification. Les télécoms, ce n'est plus seulement l'acheminement de communications vocales, mais aussi de multiples services spécialisés : transfert de données, messagerie, réseaux d'entreprise reliant leurs différents sites, téléphonie mobile, etc. Il devient plus difficile de défendre le maintien d'un monopole sur des activités qui entrent dans un champ normal d'activités d'autres entreprises, en l'occurrence les constructeurs informatiques et les sociétés de service.

Comme, dans le même temps, l'évolution technologique - la numérisation - a réduit très fortement les coûts d'investissement et de fonctionnement des réseaux, il devient possible de concurrencer les grands opérateurs historiques sur certains segments de marché sans avoir à procéder à des investissements colossaux.

(Source : Pierre Sohlberg, *Alternatives Economiques* n° 149, juin 1997)

2 - La déréglementation et l'ouverture à la concurrence sont devenues à partir des années 1980-1990 le nouveau cadre d'activité pour les acteurs des télécommunications, le modèle de l'entreprise privée en situation de concurrence devenant universel. Il a été imposé par les gouvernements à travers des procédures dites de « déréglementation » (dans le cadre du "marché unique" pour l'Union européenne) qui furent en fait la mise en œuvre de nouvelles réglementations, destinées à assurer le développement et le maintien d'un marché concurrentiel.

(Source : Pascal Griset, *Les Cahiers de l'ARCEP*, mai-juin 2010)

- Q1** – Expliquez pourquoi le marché des télécommunications a pu devenir concurrentiel ? Evitez la paraphrase. (3 pts)

3 – Les stratégies des firmes de télécommunications

1 - C'est le dossier phare de l'année : saisi par l'association de consommateurs UFC-Que Choisir en février 2002, le Conseil de la concurrence devrait statuer en novembre sur l'existence ou non d'une ".....illicite " entre les opérateurs Orange, SFR et Bouygues Telecom entre 1997 et 2002. De fait, démontrer que la structure du marché est trop faiblement concurrentielle et qu'elle n'incite pas à lades tarifs, n'est pas très difficile. Les prix des communications ne chutent plus significativement depuis trois ans, et, selon les analystes financiers, les opérateurs affichent, dans l'ensemble, une rentabilité supérieure à celle de tout autre secteur industriel (le retour sur capitaux employés est de plus de 100 %, et la marge d'exploitation est supérieure à 40 % pour Orange France et SFR, et à 15 % pour Bouygues Telecom en 2004). D'ailleurs l'analyse a déjà été faite par l'Autorité de régulation des télécommunications (Arcep), le 21 février, qui considère qu'Orange, SFR et Bouygues Telecom sont en ".....dominante conjointe" et les presse donc d'ouvrir leurs réseaux à des opérateurs virtuels pour ranimer la.....

Mais que les trois opérateurs forment un.....de fait ne veut pas dire qu'ils se soient volontairement et officiellement constitués en..... Certes, certains fronts tarifaires communs des trois opérateurs, très rentables pour eux (tels les paliers de facturation, les SMS...), ont de quoi semer le doute. D'ailleurs, les.....de marché respectives, de 47,3 % pour Orange, 35,8 % pour SFR et 16,9 % pour Bouygues Telecom, sont restées presque stables depuis 2000, montrant qu'aucun des trois ne s'est lancé dans une.....agressive de conquête de nouveaux clients aux dépens de ses rivaux.

(Gaëlle Macke, *Le Monde* du 20 septembre 2005)

(Le Conseil de la concurrence a condamné, mercredi 30 novembre, à une amende de 534 millions d'euros les trois opérateurs de téléphonie mobile pour "entente ayant restreint le jeu de la concurrence sur le marché".)

2 - Evolution des tarifs téléphoniques (en centimes d'€) et consommation (en milliards de minutes)

	2002	2004	2006	2007	2008	2009
Orange (45,4% du marché en 2009)	20,12	14,94	9,5	7,5	6,5	3,0
SFR (36,6% du marché en 2009)	20,12	14,94	9,5	7,5	6,5	3,0
Bouygues (18,0% du marché en 2009)	27,49	17,89	11,24	9,24	8,5	3,4
Consommation téléphonique	164,3	179,3	199,7	205,6	211,1	210,4
Nombre mensuel de SMS en milliards	5,5	10,3	15,3	19,5	35,1	63,4

(Source : ARCEP 2010)

Q1 – Complétez le texte avec le vocabulaire adéquat (aidez vous du contexte et du cours) (4 pts)

Q2 – Calculez le taux de variation du prix d'Orange entre le 2002 et 2009 et celui de la consommation téléphonique pour la même période (1 pt)

Q3 – A partir de vos deux résultats, calculez l'élasticité-prix de la demande. Donnez la signification de votre résultat ? (1 pt)

Q4 – Que semble montrer l'évolution des prix des trois firmes ? Justifiez (1 pt)

3 - Lorsqu'il a déboulé sur le marché en 1995, Martin Bouygues a révolutionné le marché du téléphone portable. Il a inventé le forfait, la carte prépayée, la tarification à la seconde, la consultation gratuite du répondeur... Bouygues a aussi lancé l'i-mode, sorte d'Internet mobile développé par le japonais DoCoMo. "Cette politique d'innovation a stimulé la concurrence", reconnaît Thomas Husson, analyste au cabinet d'études Jupiter Research : 63 % des abonnés au téléphone mobile ont aujourd'hui un forfait.

Face à Orange et à SFR, Bouygues Telecom est obligé de cultiver sa différence. Il vient de lancer Neo, un service illimité vers tous les téléphones fixes et mobiles le soir après 20 heures. "Une offre structurellement déficitaire", juge Didier Quillot, PDG d'Orange France. Malgré ces innovations, Bouygues Telecom demeure deux fois plus petit que SFR, filiale de Vivendi et Vodafone. Cette dernière bénéficie d'économies d'échelle importantes grâce à la présence dans son capital du géant britannique, numéro un mondial du mobile. Les services qu'elle propose dans l'Hexagone le sont souvent quelques mois plus tôt par Vodafone. C'est le cas de Simply, une offre destinée aux gens qui ne veulent "que" téléphoner, lancée dans neuf pays avant la France.

(Source : Nathalie Brafman, *Le Monde* du 9 mars 2006)

4 - Pour l'UFC-Que choisir, ces derniers profitent encore beaucoup trop d'un marché "toujours verrouillé". Dans un rapport rendu public mardi 10 juillet, l'association de consommateurs estime que les revenus que les opérateurs tirent d'une minute de communication passée sur un mobile n'a baissé que d'environ 25 % depuis 2000, contre, par exemple, - 57 % sur le marché britannique entre 2001 et 2005. Les prix des SMS sont également jugés "artificiellement élevés", comparés à ceux pratiqués dans les pays nordiques et de l'Europe de l'Est.

Du coup, les opérateurs, qui profitent à plein de l'explosion des communications depuis 2000, parviennent à maintenir un niveau de rentabilité jugé "anormalement élevé", avec un excédent brut d'exploitation d'environ 40 %. "Orange, SFR et Bouygues Telecom ont tout fait pour empêcher l'arrivée des MVNO (ces opérateurs qui achètent en gros des minutes de communication à un opérateur existant), qui, à dix-sept, se partagent aujourd'hui seulement 2,8 % du marché", souligne Alain Bazot, président de l'UFC-Que choisir, qui pointe une situation "trop concurrentielle".

Les opérateurs n'ont, au contraire, cessé de dénoncer les baisses de tarifs qu'on leur impose. De fait, depuis 2002, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (l'Arcep) a déjà décidé une division par trois des prix des "terminaisons d'appel mobile" - les prix de gros que payent les opérateurs de téléphone fixe aux opérateurs mobiles pour acheminer un appel d'un fixe vers un mobile. D'ici à fin juillet, l'autorité présentera un nouveau plan triennal (2008 à 2010) de baisse des prix. La Commission européenne vient par ailleurs d'imposer aux opérateurs européens un plafonnement des prix de détail pour les appels reçus ou envoyés de l'étranger via un mobile.

(Source : Cécile Ducourtieux, *Le Monde* du 11 juillet 2007).

Q1 – Quelle est la stratégie de Bouygues sur le marché de la communication téléphonique ? Justifiez (1 pt)

Q2 – Pourquoi adopte-t-il cette stratégie ? Expliquez la phrase soulignée ? (1 pt)

Q3 – Peut-on dire que la loi de l'offre et de la demande fonctionne sur ce marché. Justifiez votre réponse (1 pt)

CORRECTION DE INTERROGATION ÉCRITE N°2

THEME : Le marché du pétrole

Q1 – En rouge les réponses et les éléments qui permettraient de répondre

Il est le seul acheteur et instaure un monopsonne.

Ces majors contractent un accord officiel, un cartel.

L'intégration verticale, qu'elles développent "du puits à la pompe".

...rentes de monopole assurent les capacités financières ...un partage plus équitable de la rente,

...accordées par les États producteurs aux compagnies pétrolières,... Deux oligopoles se font face

Les tensions nées du non respect des quotas par certains...l'Arabie Saoudite accepte de revenir au système des quotas.

l'écart entre les coûts d'exploitation et le prix du pétrole s'est réduit

Q2 –

1^{ère} phrase = Les compagnies décident de ne plus se faire concurrence. Elles vont donc se répartir, entre elles, les parts de marché et s'engager à les respecter afin de ne pas mordre sur la part du voisin.

2^{ème} phrase = Les 7 compagnies pétrolières forment un oligopsonne puisqu'elles sont peu nombreuses face à un grand nombre de producteurs de pétrole (les pays). En même temps, elles forment un oligopole car elles sont peu nombreuses à offrir du pétrole raffiné puisqu'elles ont acheté leurs concurrents (concentration horizontale) et parce qu'elles contrôlent toute la chaîne de production, de l'extraction au raffinage (concentration verticale).

3^{ème} phrase = Le cartel est un « price maker ». Il va donc fixer son prix sur le coût de production du producteur le plus cher (producteur marginal). En conséquence, tous les autres producteurs dégagent, en plus de leur profit « normal », une rente égale à la différence entre leurs coûts et le coût du producteur marginal. Ce super-profit va permettre de financer largement les investissements des firmes pétrolières.

4^{ème} phrase = Si le prix est faible, la marge bénéficiaire va être faible. Les firmes ne vont donc pas avoir les moyens d'aller prospecter de nouveaux puits de pétrole qui se trouvent dans des zones lointaines ou au fond de la mer. L'offre de pétrole va donc augmenter faiblement.

5^{ème} phrase = Le pétrole est indispensable au fonctionnement de l'économie. Il ne peut pas être remplacé rapidement par une autre source d'énergie. Toute hausse des prix ne diminue donc pas la demande. En conséquence, lorsque l'OPEP réduit brutalement l'offre de pétrole en 1973, la demande devient largement supérieure à l'offre et les prix du pétrole s'envolent (chocs pétroliers).

6^{ème} phrase = Le cartel, en limitant l'offre, arrive à stabiliser les prix à la fin des années 1980, ce qui satisfait à la fois les producteurs et les consommateurs.

Q3 – La politique de Cartel rencontre trois limites :

- ✓ Certains membres du cartel ne respectent pas leurs quotas. Ils vendent plus sans être sanctionnés puisqu'il n'y a pas d'autorité capable de le faire.
- ✓ Le prix élevé imposé par le cartel attire de nouveaux producteurs qui vont faire concurrence aux membres du cartel. Ces derniers sont alors obligés de réduire leurs quotas s'ils veulent maintenir le prix élevé.
- ✓ Le prix élevé incite les demandeurs à moins consommer ou à trouver des produits substitués, ce qui va réduire la demande et entraîner une baisse du prix.

Q1 – Taux de variation du prix = $\frac{80-60}{60} \times 100 = + 33,3\%$; Taux de variation de la demande = $\frac{84 - 87}{87} \times 100 = - 3,4\%$

Q2 – Elasticité-prix de la demande de pétrole = $-\frac{3,4}{33,3} = - 0,10 \Rightarrow$ La demande de pétrole est très peu élastique (rigide) c'est-à-dire que la hausse du prix du pétrole ne provoque qu'une très faible baisse de la demande de pétrole car on ne peut pas se passer de ce bien à court terme.

Q1 – Les automobilistes :

- ✓ ont réduit leur déplacement en voiture. D'où une baisse de la demande d'essence ou de gasoil ;
- ✓ ont remplacé la voiture par des modes de déplacements alternatifs (vélo, transport public).

Q2 – La hausse des prix augmente les profits des firmes pétrolières qui vont profiter de ces ressources financières pour :

- ✓ Investir dans de nouvelles plates formes pétrolières pour extraire davantage de pétrole. Cependant, il faut aller chercher le pétrole de plus en plus loin (Alaska) et de plus en plus profond (Atlantique) ce qui augmente le coût de chaque baril de pétrole supplémentaire et ce qui prend du temps.
- ✓ C'est la raison pour laquelle les firmes pétrolières se reconvertissent dans d'autres sources d'énergie (Gaz, solaire) soit en y investissant soit en rachetant des firmes présentes dans ce secteur (concentration horizontale).

Q3 – La loi de l'offre et de la demande fonctionne dans une certaine mesure. Lorsque l'offre de pétrole est inférieure à la demande, le prix du pétrole augmente. Les producteurs sont alors incités à accroître leur offre et les acheteurs à la réduire soit en économisant l'énergie soit en utilisant des énergies alternatives. En conséquence, l'offre devient supérieure à la demande et le prix du pétrole baisse. Mais ce mécanisme est faussé par le jeu de pays producteurs (OPEP) et par celui des grandes compagnies qui essayent de manipuler les cours en freinant la concurrence.

THEME : Le marché des télécommunications

Q1 – La télécommunication est devenue un monopole car :

- ✓ L'Etat a considéré qu'il devait la contrôler pour faciliter le travail de la police et de l'armée (rôle de l'Etat-Gendarme) ;
- ✓ Il devait offrir à tous les citoyens la possibilité de communiquer au même prix (rôle de l'Etat-Providence), le téléphone étant considéré comme un service public ;
- ✓ Mais le monopole s'est imposé aussi pour des raisons économiques : il est difficile d'imaginer plusieurs lignes de téléphone reliant les mêmes individus ou appartements. Le coût en serait prohibitif. Le premier producteur qui s'installe sur ce marché va donc bénéficier d'une baisse de son coût fixe moyen pour chaque abonné supplémentaire (« économie d'échelle »). Aucun nouvel entrant ne pourra proposer des prix plus intéressants. On est donc en présence d'un « monopole naturel ».

Q2 –

1^{ère} phrase = Avec un monopole privé, la firme a toute possibilité d'imposer des prix différents en fonction du coût de la prestation. Si le monopole est public, tous les consommateurs vont payer le même prix quelque soit leur degré d'éloignement vis-à-vis des

commutateurs téléphoniques. L'abonné en ville, dont le coût de raccordement est moins élevé, va donc payer un prix relativement plus élevé au regard de son coût pour que l'abonné des campagnes n'ait pas un prix trop élevé (principe de la péréquation).

2^{ème} phrase = le « *coût marginal* » est le coût du dernier branchement réalisé. Il ne coûte pratiquement rien car il suffit de tirer une ligne à partir des câbles qui ont été installés dans l'immeuble. Cette installation étant un *coût fixe*, tout nouvel arrivant profite de l'équipement sans en augmenter le coût.

Q3 – Le marché de la communication téléphonique ne respecte pas trois conditions de la CPP :

- ✓ L'*atomicité* car l'offre est monopolisée par une seule firme ;
- ✓ La *libre entrée* ou *fluidité* car la taille de l'investissement interdit tout nouvel arrivant et parce que l'Etat a réglementé ce secteur en le confiant à un monopole public ayant une mission de « service public » ;
- ✓ La *mobilité* car l'équipement téléphonique, une fois installé, peut difficilement servir à d'autres types de production ou se déplacer dans d'autres lieux.

Q1 – La fin des monopoles téléphoniques dans les pays développés est due à la fois à des raisons économiques, idéologiques et techniques.

- ✓ Economiquement, la rente attire de nouveaux concurrents et mécontentent les acheteurs qui voient leur pouvoir d'achat être entamé par des prix trop élevés ;
- ✓ Idéologiquement, le retour des idées libérales a poussé les Etats et l'Union européenne à privatiser les monopoles publics et à déréglementer les marchés ;
- ✓ Techniquement, la numérisation, le téléphone sans fil, Internet, sont autant de moyens qui ont diminué considérablement les coûts d'installation du téléphone, rendant ainsi possible la concurrence.

Q1 – C'est le dossier phare de l'année : saisi par l'association de consommateurs UFC-Que Choisir en février 2002, le Conseil de la concurrence devrait statuer en novembre sur l'existence ou non d'une " *entente* illicite " entre les opérateurs Orange, SFR et Bouygues Telecom entre 1997 et 2002. De fait, démontrer que la structure du marché est trop faiblement concurrentielle et qu'elle n'incite pas à la *diminution* des tarifs, n'est pas très difficile. Les prix des communications ne chutent plus significativement depuis trois ans, et, selon les analystes financiers, les opérateurs affichent, dans l'ensemble, une rentabilité supérieure à celle de tout autre secteur industriel (le retour sur capitaux employés est de plus de 100 %, et la marge d'exploitation est supérieure à 40 % pour Orange France et SFR, et à 15 % pour Bouygues Telecom en 2004). D'ailleurs l'analyse a déjà été faite par l'Autorité de régulation des télécommunications (Arcep), le 21 février, qui considère qu'Orange, SFR et Bouygues Telecom sont en " *position* dominante conjointe" et les presse donc d'ouvrir leurs réseaux à des opérateurs virtuels pour ranimer la *concurrence*.

Mais que les trois opérateurs forment un *oligopole* de fait ne veut pas dire qu'ils se soient volontairement et officiellement constitués en *cartel*. Certes, certains fronts tarifaires communs des trois opérateurs, très rentables pour eux (tels les paliers de facturation, les SMS...), ont de quoi semer le doute. D'ailleurs, les *parts* de marché respectives, de 47,3 % pour Orange, 35,8 % pour SFR et 16,9 % pour Bouygues Telecom, sont restées presque stables depuis 2000, montrant qu'aucun des trois ne s'est lancé dans une *stratégie* agressive de conquête de nouveaux clients aux dépens de ses rivaux.

Q2 – Taux de variation du prix = $3-20,12/20,12 \times 100 = - 85,0\%$; Taux de variation de la demande = $210,4 - 164,3/164,3 \times 100 = + 28,0\%$

Q2 – Elasticité-prix de la demande = $28/- 85 = - 0,33 \Rightarrow$ La demande de consommation téléphonique est peu élastique c'est-à-dire que la baisse du prix ne provoque qu'une faible hausse de la consommation car les consommateurs ont pu remplacer le coup de fil par le SMS.

Q3 – En observant les prix des trois opérateurs, on s'aperçoit qu'ils sont très proches (seul Bouygues a des prix plus élevés que ceux de ses concurrents) et qu'ils convergent au cours du temps (l'écart s'est réduit de 7 centimes d'euro à 0,4) ce qui prouve que les firmes ne se font pas concurrence par les prix et s'entendent implicitement.

Q1 – Bouygues Télécom est une entreprise de taille moyenne sur ce marché. Elle a donc choisi une *concurrence monopoliste* qui cherche à différencier ses produits de ceux de ses concurrents pour avoir un « petit monopole » :

- ✓ En ayant recours à l'innovation commerciale (carte prépayée, tarification à la seconde...) ;
- ✓ En ayant recours à l'innovation technologique (i-mode, technologie Edge...)

Cette stratégie est cependant limitée car les concurrents peuvent rapidement copier voire dépasser ces innovations.

Q2 – Cette stratégie peut s'expliquer par le fait que la taille de Bouygues (18% du marché seulement en 2009) est insuffisante pour bénéficier des mêmes économies d'échelle que ses concurrents, c'est-à-dire d'une réduction des coûts fixes unitaires obtenue par une production plus importante. En conséquence, Bouygues étant plus cher que ses concurrents est obligé d'innover pour faire accepter au consommateur des prix plus élevés.

Q3 – La loi de l'offre et de la demande ne s'applique pas ici d'une part parce que la concurrence est entravée par les ententes entre les offreurs. Les consommateurs peuvent difficilement changer d'opérateur. Ils sont captifs et réagissent peu aux différences de prix. Le prix ne fluctue pas au jour le jour. Il ne baisse que parce que l'autorité de la concurrence demande aux opérateurs de répercuter une partie de leurs gains de productivité sur la baisse du prix.