

Melun

Session : Mai 2018

Année d'étude : Troisième année de licence économie-gestion mention administration économique et sociale

Discipline : *Économie de l'entreprise*
(Unité d'Enseignements Fondamentaux 2)

Titulaire(s) du cours :
Mme Marie OBIDZINSKI

Document(s) autorisé(s) : *Aucun document n'est autorisé, à l'exception des dictionnaires sous forme d'ouvrage (papier) pour les étudiants étrangers. Les lexiques informatisés (dictionnaires numériques) ne sont pas autorisés. Les calculatrices scientifiques ne sont pas autorisées. Les calculatrices de poche sont autorisées.*

Questions de cours (8 points)

- 1) Quel lien existe-il entre la recette totale et l'élasticité prix de la demande? (2 points)
- 2) Le monopole naturel :
 - a. Représentez graphiquement une situation de monopole naturel (courbes de coût moyen, coût marginal, recette marginale, demande inverse). (2 points)
 - b. Supposons que l'État décide d'intervenir de manière à ce que la recette moyenne soit égale au coût moyen $RM=CM$. On appelle cela une tarification à la Ramsey Boiteux. Quel est le profit du monopole dans ce cas ? (1 point)
 - c. Identifiez graphiquement le surplus du consommateur en présence de tarification à la Ramsey Boiteux et en l'absence de régulation. (1 point)
- 3) Imaginons une société de l'audiovisuel (par exemple, une chaîne de télévision payante). Cette société propose de coupler l'accès à sa chaîne avec un bouquet de chaînes satellitaires pour un prix inférieur à celui de ces deux prestations vendues séparément. Comment appelle-t-on cette stratégie d'entreprise ? Quel est l'intérêt pour la firme? (2 points)

Exercice (5 points) Concurrence en prix avec biens différenciés.

Considérons un marché composé de deux entreprises A et B, qui offrent des produits différenciés horizontalement. Les deux entreprises font face à un coût marginal identique, constant et égal à 2€. Le coût fixe est nul pour chacune des deux firmes. Les fonctions de demande sont telles que :

$$y_A = 20 - 4p_A + p_B$$

$$y_B = 20 - p_B + p_A$$

- 1) Rappelez la différence entre la différenciation verticale et la différenciation horizontale. (1 point)
- 2) Déterminez les fonctions de réaction $R_A(p_B)$ et $R_B(p_A)$. (1 point)
- 3) Représentez graphiquement les fonctions de réaction. (1 point)
- 4) Déterminez les prix d'équilibre. Commentez. (2 points)

Étude de cas (7 points)

Lire les extraits de l'article et du communiqué de presse de l'autorité de la concurrence, puis répondre aux questions.

(Extrait) Lourde sanction pour l'hallucinant « cartel du lino »

Les trois principaux fabricants de linoléum se sont entendus pendant 25 ans. Ils fixaient les prix ensemble. L'Autorité de la concurrence les a condamnés jeudi à payer 302 millions d'euros.

LE MONDE ECONOMIE | 19.10.2017 | Par Denis Cosnard

Les trois principaux fabricants de linoléum se sont entendus pendant 25 ans. Ils fixaient les prix ensemble.

La vie serait tellement plus simple sans concurrents ! Mais voilà : souvent, il y en a... Puisqu'ils sont là, pourquoi ne pas pactiser avec eux, afin d'éviter au moins une compétition trop rude ? C'est ce que se sont dit Gerflor, Tarkett et Forbo, les trois principaux fabricants de linoléum et de dalles en plastique pour le sol. Pendant de très longues années, leurs dirigeants se sont transmis des informations confidentielles et entendus sur les prix. Réunions secrètes dans des hôtels de province, échanges discrets sur des téléphones réservés à cet usage... Certaines pratiques ont duré près de vingt-cinq ans, alors que les patrons concernés avaient tout à fait conscience de leur caractère illégal ! Un modèle du genre.

Il vaut aujourd'hui à ce « cartel du lino » une sévère condamnation. Jugeant les comportements en cause « particulièrement graves » par leur durée, leur diversité et leur ampleur, l'Autorité de la

concurrence a annoncé, jeudi 19 octobre, sanctionner les trois groupes à hauteur de 302 millions d'euros : 165 millions pour le leader français Tarkett, 75 millions pour Forbo et 62 millions pour Gerflor. S'y ajoute une amende de 300 000 euros pour l'organisation patronale, le Syndicat français des enducteurs calandriers (SFEC), qui a joué un rôle actif dans cette entente assez hallucinante.(...)

Informations sensibles partagées (...)

À l'abri des oreilles indiscrètes, les trois sociétés se sont entendues sur les prix mais aussi pour ne pas se faire de concurrence sur le respect des règles environnementales...

Progressivement, les discussions se sont élargies. Surtout à partir de 2002, lorsque la hausse des matières premières et le passage à l'euro ont semé l'inquiétude dans la profession. Les dirigeants ont alors mis en place un dispositif pour parler librement à l'abri des oreilles indiscrètes. Le trio se voyait après les réunions officielles du SFEC, sur place ou dans un café voisin. Les rencontres, gratifiées du nom de code « 1, 2, 3 », sont devenues trimestrielles. Elles se déroulaient au Novotel de Charenton-le-Pont (Val-de-Marne), au Grand Hôtel des Thermes à Saint-Malo (Ille-et-Vilaine)..., chaque participant organisant les agapes à tour de rôle.

Pour faciliter les contacts, les responsables se sont dotés de téléphones spécifiques.(...)

Au cours de ces discussions, les représentants des trois entreprises ont peu à peu parlé de tout. Ils s'entendaient sur les prix, qu'il s'agisse des tarifs planchers à maintenir ou des hausses imposées aux clients dans un bel ensemble. « [Pour ne pas être soupçonnés], nous veillions à ce que nos prix soient différents à au moins quelques centimes d'euros près », a précisé Tarkett. « Cela a permis de nous garantir un certain niveau de rentabilité », a reconnu Forbo.

Pacte de non-agression très étendu

Les dirigeants faisaient aussi le point sur leurs grands clients, la solvabilité de chacun, la conduite à tenir à l'égard des distributeurs et des concurrents hors du cartel ou la rémunération des commerciaux. Ils avaient même passé un gentlemen's agreement pour ne pas se débaucher de personnel !

Le pacte de non-agression allait plus loin encore. Entre amis, pourquoi se concurrencer en lançant des sols chaque fois meilleurs en matière acoustique, alors que cela coûte plus cher ? « C'est pourquoi nous avons décidé ensemble de ne pas aller au-delà d'une certaine performance », a avoué Tarkett. Même logique pour l'environnement. Sur le sujet, le trio a rédigé une charte interdisant à chaque société de communiquer sur les qualités de ses produits, afin d'éviter une « course à l'échalote », un « dangereux marketing vert ». Pas question, par exemple, de rivaliser sur les émissions de composés organiques volatils des produits.

Le cartel était presque parfait. Un changement de directeur chez Tarkett, en 2011, puis un contrôle des inspecteurs de l'Autorité alertés par une entreprise cliente, en 2013, ont eu raison de ces pratiques. Sur le grill, aucun des groupes n'a nié les faits. Forbo et Tarkett ont même collaboré

activement à l'enquête, afin de bénéficier d'une certaine clémence. Sans cela, les sanctions auraient été plus salées encore.

Communiqué (2017) Autorité de la concurrence

19 octobre 2017 : Cartel dans le secteur des revêtements de sols

L'Autorité sanctionne à hauteur de 302 millions d'euros les trois principaux fabricants de revêtements de sols en PVC et linoléums pour s'être entendus notamment sur les prix. (...)

L'Autorité a mis au jour trois pratiques mises en œuvre par les fabricants :

- une entente entre les trois principaux fabricants de revêtement de sols PVC en France portant sur de nombreux aspects de la politique commerciale, dont les prix, et constituant un plan d'ensemble visant à réduire drastiquement, voire à totalement supprimer, la concurrence dans le secteur de la fabrication et la commercialisation des produits de revêtements de sols PVC et linoléums, et à stabiliser les situations respectives de Forbo, Gerflor et Tarkett ;
- l'échange, sous l'égide du SFEC, d'informations confidentielles précises relatives à leur activité leur permettant d'ajuster leur politique commerciale ;
- la signature, avec le concours du SFEC, d'un pacte de non concurrence concernant la communication sur les performances environnementales de leurs produits.

Ni les entreprises, ni le syndicat n'ont contesté les faits.

Dans le calcul des sanctions, l'Autorité a pris en compte la gravité des pratiques, leur durée - jusqu'à 23 ans pour l'une d'elles, 9 et 10 ans pour les deux autres - les demandes de clémence (La procédure de clémence permet aux entreprises qui participent ou ont participé à une entente d'en révéler l'existence à l'Autorité et d'obtenir, sous certaines conditions, le bénéfice d'une exonération totale ou partielle de sanction pécuniaire, en fonction notamment de leur rang d'arrivée à l'Autorité, de la valeur ajoutée des pièces apportées et de leur coopération à l'enquête) présentées par Forbo et Tarkett, enfin le recours à la procédure de transaction pour l'ensemble des participants à l'entente.

S'agissant de la concertation sur les prix minimums, un dirigeant de Forbo a expliqué le mécanisme de la manière suivante :

« (...) L'idée n'était pas d'organiser une répartition mais simplement d'établir une différenciation entre les prix de nos produits qui ne soit pas pénalisante sur un plan commercial. De manière générale, nous respectons les prix minimums convenus avec Gerflor et Tarkett (...). »

« L'objectif de la fixation des prix minimums était de maintenir les prix les plus bas à un certain niveau. (...) »

Les fabricants se sont, par ailleurs, entendus sur une série de problématiques spécifiques, telles que les stratégies à adopter à l'égard de certains clients ou concurrents, la gestion de la relation client, la politique de recrutement, l'organisation commerciale, ou les échantillons de nouveaux produits.

(...)

Des pratiques graves qui ont empêché le libre jeu de la concurrence.

En s'entendant sur les prix, leur évolution, les hausses ainsi que sur différents aspects de leurs stratégies commerciales, Forbo, Gerflor et Tarket, qui représentaient entre 2001 et 2012 entre 65 % et 85 % du marché suivant les circuits de distribution (« Grand public » et « Bâtiment »), ont affecté plusieurs paramètres essentiels du jeu de la concurrence, ce qui a conduit les entreprises en cause à adopter un comportement sur le marché différent de celui qu'elles auraient eu en temps normal.

(...)Enfin, l'accord de non-concurrence sur la communication environnementale a pu les dissuader d'améliorer les performances techniques et d'innover pour accroître la qualité environnementale de leurs produits.

Au-delà de la gravité des pratiques, l'Autorité a tenu compte, dans le calcul des sanctions, de leur caractère massif et institutionnalisé, ainsi que de leur longue durée, impliquant de hauts responsables des différentes entreprises. L'Autorité a également pris en considération les demandes de transaction présentées par l'ensemble des entités concernées qui ont conduit à diminuer les montants de sanction encourues. Enfin deux entreprises (Forbo et Tarkett) avaient présenté des demandes de clémence, qui leur ont permis de bénéficier de réductions substantielles de sanction, eu égard à leur contribution importante au cours de l'instruction.

- 1) Sur quels éléments l'entente a-t-elle porté? (1 point)
- 2) Pourquoi les trois principaux fabricants se sont-ils (notamment) entendus sur les prix? Pour répondre, montrez graphiquement l'intérêt d'une entente en prix. (2 points)
- 3) Pourquoi ont-ils avoué ? Pour répondre, utilisez un concept vu en théorie des jeux. (1 point)
- 4) Quelle est théoriquement l'intensité de la concurrence sur le marché des revêtements de sol ? (2 points)
- 5) Rappelez les facteurs qui facilitent les ententes. Le marché des revêtements pour sols était-il caractérisé par ces éléments? (2 points)