

Document 1

1 Les caractéristiques du marché d'oligopole sont :

- L'existence de quelques offreurs face à un grand nombre de demandeurs.
- L'interdépendance entre les offreurs : en prenant une décision, chaque offreur tient compte de la réaction des autres offreurs.

2 Exemples : marché pétrolier mondial, marché des télécommunications au Maroc ...

3 Un marché de concurrence pure et parfaite se distingue d'un marché d'oligopole. En effet, si le premier vérifie les conditions d'atomicité, de transparence, de fluidité, de mobilité des facteurs de production et d'homogénéité du produit, le second ne vérifie aucune de ces conditions :

- Il n'est pas atomisé puisqu'il se caractérise par la présence de quelques vendeurs face à plusieurs acheteurs.
- Les barrières à l'entrée commerciales ou stratégiques empêchent ce marché d'être fluide.
- La stratégie de différenciation adoptée par les entreprises oligopolistiques rend le produit offert par chaque entreprise différent de celui des autres concurrents.
- Aussi, vu l'importance des investissements des entreprises, la mobilité des facteurs de production n'est pas vérifiée.

4 Un marché d'oligopole peut être à l'origine d'une inflation dans la mesure où les oligopoleurs peuvent créer des ententes pour fausser le jeu de la concurrence ce qui leur permet de fixer des prix élevés pour dégager des profits importants.