

Chapitre 12 Les stratégies pour dépasser l'intensité concurrentielle

Le marché concurrentiel reste la référence dans un système d'économie de marché. Toutefois, l'intensité concurrentielle varie selon les marchés considérés, notamment selon le degré d'exposition à la concurrence mondiale. Elle n'est cependant pas figée et peut évoluer sous l'effet de différentes stratégies mises en œuvre par les entreprises ou de l'entrée de nouveaux concurrents.

Sur un marché concurrentiel, la détermination du prix doit être regardée comme une résultante du fonctionnement du marché. Par contre, les entreprises tentent de s'affranchir de ce mode de détermination pour être en capacité d'imposer leur propre prix sur le marché. Différents moyens peuvent être mobilisés : innovation, différenciation, ententes (licites et illicites), recherche d'une situation de position dominante (monopole, oligopole).



À retenir !

- ✓ Le **marché concurrentiel** au travers de **la loi de l'offre et de la demande** permet d'ajuster l'offre à la demande et la demande à l'offre. **Les mécanismes de marché déterminent le prix d'équilibre qui s'impose à tous.**
- ✓ Sur le long terme et grâce aux entreprises innovantes mais aussi imitatrices, **l'innovation va permettre d'abaisser les prix relatifs des produits innovants** (TV, voitures, ordinateurs, etc.). Le consommateur bénéficie de nouveaux produits meilleurs en qualité et en contenu technologique.
- ✓ **La concurrence fait disparaître les surprofits de monopole.** Certaines entreprises vont alors innover et différencier en qualité leurs produits pour pouvoir conserver des créneaux haut de gamme en termes de produits avec des prix élevés.
- ✓ Le **marché concurrentiel** au travers de **la loi de l'offre et de la demande** permet d'ajuster l'offre à la demande et la demande à l'offre. **Les mécanismes de marché déterminent le prix d'équilibre qui s'impose à tous.**
- ✓ **Les stratégies de fixation des prix par les entreprises et l'évolution des caractéristiques des produits** vont permettre aux entreprises de dépasser l'intensité concurrentielle.
- ✓ Le moyen le plus immédiat est **la construction d'un avantage concurrentiel** en permettant la **création d'un monopole temporaire**. Ce moyen provient d'une **innovation**, c'est-à-dire, d'une **application réussie dans le domaine économique d'une invention**, ou **d'une découverte**.
- ✓ Autre moyen : la **différenciation**, qui consiste à proposer un produit différent de ceux fabriqués par les entreprises concurrentes. La structure de marché est alors **la concurrence monopolistique** qui se caractérise par de **nombreux vendeurs**, des **produits différenciés** et une **libre entrée sur le marché**.
- ✓ Enfin, le dernier moyen de réduire l'intensité concurrentielle est la **recherche d'une position dominante** avec le **monopole** c'est-à-dire un seul offreur qui peut fixer lui-même son prix avec des **surprofits** ou **l'oligopole** avec **un petit nombre d'offeurs** qui mettent en place des **stratégies d'entente** ou de **guerre des prix**.