

L'oligopole: de la théorie à l'empirique

16 avril 2026

Introduction

Confronter les modèles de concurrence imparfaite avec les données empiriques sur :

- ▶ Le pouvoir de marché des firmes
- ▶ La répercussion des coûts sur les prix selon la concurrence

Mesurer le pouvoir de marché des firmes

Sur un marché en concurrence à la Cournot, le pouvoir de marché d'une firme i est égal à :

$$\frac{P - Cm}{P} = \frac{s_i}{\epsilon}$$

Facile à calculer : ϵ et s_i .

Exemple : le marché du raffinage à Los Angeles (D. Greenfield, N. Kreisle et M. Williams in "Simulating a Homogenous Product Merger : A Case Study on Model Fit and Performance", 2015).

Arguments des auteurs :

- ▶ L'essence : bien homogène
- ▶ Marché oligopolistique

Les **firmes** et les **parts de marché** :

Raffinerie	Part de Marché
Chevron	0,27
Tesoro	0,14
BP	0,12
Conoco	0,11
Valero	0,11
Shell	0,08
Exxon	0,08
Alon	0,06
Kern	0,02

Estimation de l'**élasticité-prix de la demande** d'essence : $-0,3$.

Travail des auteurs :

- ▶ Calculer les indices de Lerner
- ▶ Déterminer si l'estimation est réaliste

Estimation des pouvoirs de marché (**indice de Lerner**)

Raffinerie	Part de Marché	Taux de marge
Chevron	0,27	0,9
Tesoro	0,14	0,46
BP	0,12	0,4
Conoco	0,11	0,36
Valero	0,11	0,36
Shell	0,08	0,26
Exxon	0,08	0,26
Alon	0,06	0,2
Kern	0,02	0,06

Que penser de ces estimations ?

Si Cournot est le bon modèle, on a :

$$\frac{P - Cm}{P} = \frac{s_i}{\epsilon}$$

Si on connaît le **prix de l'essence**, on peut en déduire le Cm .

Confronter le Cm "estimé" avec le **coût du baril** de Brent (plancher du coût marginal) de 105 dollars.

Prix du baril d'essence : 127 dollars

Estimation des pouvoirs de marché (**indice de Lerner**) et du **coût marginal**

Raffinerie	Part de Marché	Taux de marge	<i>Cm</i> estimé
Chevron	0,27	0,9	12,7
Tesoro	0,14	0,46	67
BP	0,12	0,4	76
Conoco	0,11	0,36	80
Valero	0,11	0,36	80
Shell	0,08	0,26	93
Exxon	0,08	0,26	93
Alon	0,06	0,2	101
Kern	0,02	0,06	118

Le coût marginal **estimé** est trop faible : le **pouvoir de marché estimé** trop élevé.

Le modèle de Cournot **fonctionne mal**.

Explication possible : les plus petites firmes ont un comportement **concurrentiel** (preneuse de prix)

Solution : modèle mixte avec firmes en Cournot et firmes preneuses de prix qui fonctionnent mieux.

Pouvoir de marché et répercussion des coûts sur le prix

Questions :

1. Dans quelle proportion une variation de coût est-elle répercutée sur le prix ?
2. Cette répercussion dépend-elle du pouvoir de marché ?
3. Comment mesurer ce lien entre pouvoir de marché et répercussion du coût ?

Deux temps :

1. Ce que dit la théorie
2. Le travail empirique

1. La Théorie

Demande : $P(Q) = 10 - Q$ et coût marginal égal à c

La **répercussion du coût sur le prix** :

► **Monopole** :

$$p^m = \frac{10 + c}{2}$$

Si c augmente la **moitié** du coût est répercutée.

► **Concurrence à la Bertrand** :

$$p = c$$

La **totalité** de la variation de coût est répercutée.

► **Concurrence à la Cournot N firmes :**

$$p = \frac{[10 + Nc]}{N + 1} = \frac{10}{N + 1} + c \frac{N}{N + 1}$$

Si le coût varie, une proportion $\frac{N}{N+1}$ est répercutée.

Cette proportion **augmente** avec le nombre de firme et tend vers 1.

2. Le travail empirique

Prédiction de la théorie :

- ▶ Monopole : 50%
- ▶ Cournot : $\frac{N}{N+1}$
- ▶ Bertrand : 100%

Comment **tester** empiriquement ce résultat ?

Comparer la répercussion d'une même variation du coût sur différents marchés d'un **même bien** qui se distinguent par le **nombre de firmes**.

Travail de C. Genakos et M. Pagliero, "Competition and **Pass-Through** : Evidence from isolated markets"

Leur **idée** :

Mesurer l'effet d'une augmentation de la **taxe sur l'essence** dans différentes îles grecques (marchés isolés avec différents nombres de firmes).

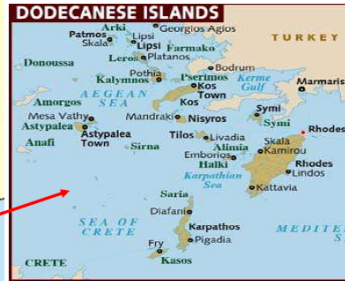
Augmentation de la taxe :

Date	Sans plomb 95	Diesel	Huile de chauffage
10 février 2010	+29%	+17%	+0%
4 mars 2010	+15%	+9%	+0%

Huile de chauffage : bien pétrolier non affecté par la taxe

Sans Plomb 95 : bien pétrolier affecté par la taxe

Hypothèse : l'évolution de la **différence** entre les deux prix ne s'explique que par l'augmentation de la taxe.



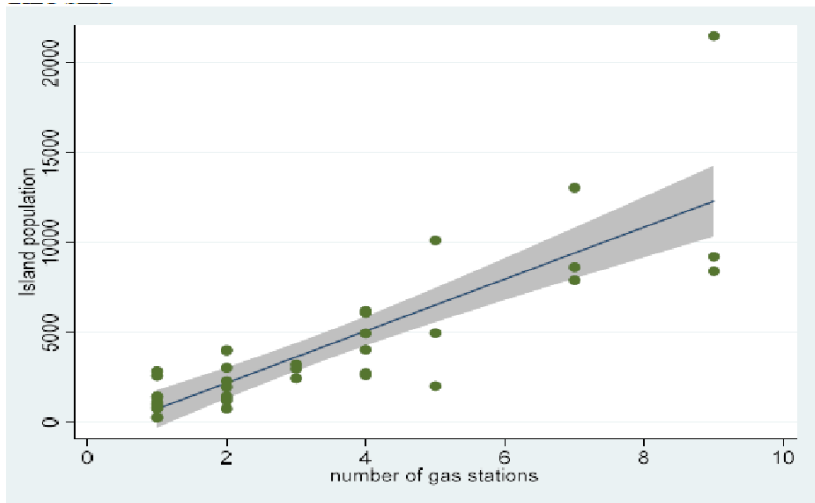


FIGURE 5: AVERAGE PRICE DIFFERENCES BETWEEN DIESEL AND HEATING OIL.

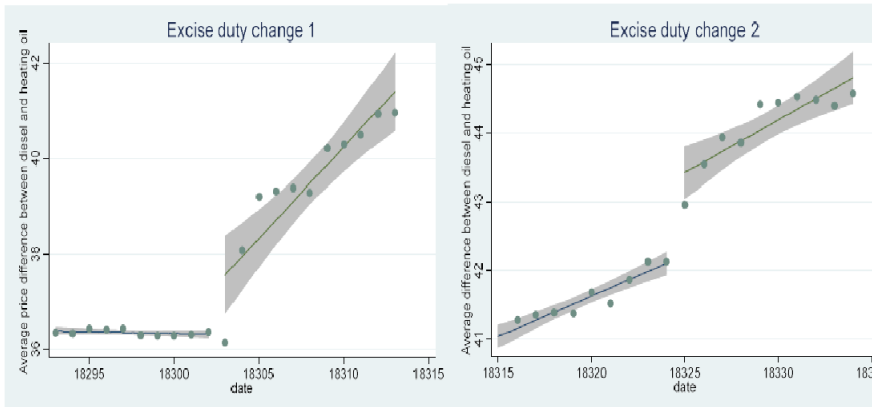
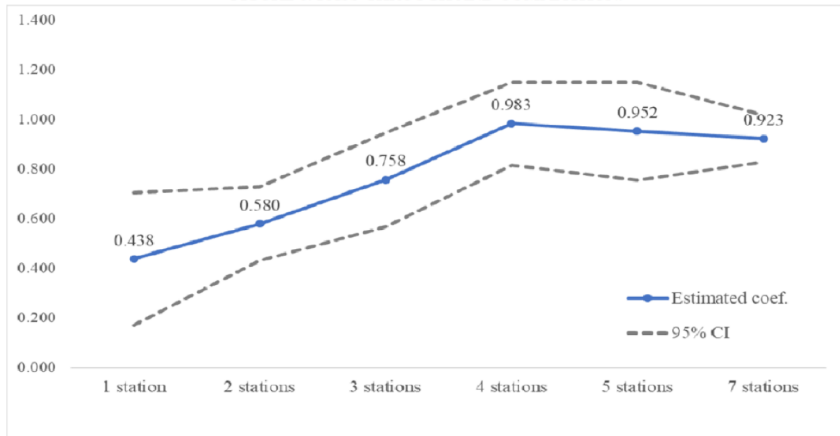


FIGURE 6: PASS-THROUGH AND COMPETITION.



Conclusions :

- ▶ Monopole : répercussion proche de la théorie (50%)
- ▶ La répercussion augmente avec le nombre de firmes (Cournot)
- ▶ Au-delà de 4 firmes : répercussion constante et totale (Bertrand/concurrence parfaite)