

Exercice n°3

Document 1

De la SNCF (Société Nationale des Chemins de Fer- France) au petit épicier

Si le producteur est arrivé à éliminer tous ses concurrents, s'il n'y a plus qu'un seul vendeur, il devient tout-puissant et nous aurons un prix de monopole (fixé par le producteur en fonction de ses coûts et des bénéfices désirés) qui correspondra à la stratégie du monopoleur et non pas à l'équilibre entre l'offre et la demande.

En fait, cette situation est extrêmement rare, on ne la voit apparaître que pour certains services publics; ainsi la SNCF a le monopole du transport par voie ferrée. Mais, même dans ce cas, la situation de monopole de la SNCF est menacée par des transports de remplacement et il n'est pas besoin d'insister longuement sur la concurrence du rail, de la route et de l'avion pour montrer le caractère aléatoire d'un pareil monopole. Toutefois, s'il existe rarement de véritables monopoles, nous trouvons fréquemment des quasi- monopoles, tel le petit épicier d'un village éloigné de toute agglomération importante qui est l'unique vendeur dans le village et peut fixer ses prix sans se soucier de la concurrence locale.

Source : J.M. Albertini ; Les Rouages de l'Economie Nationale ; Les éditions ouvrières
; dans : Économie Générale ; Terminale STT ; Hachette Technique ; OP. CIT.

Document 2 : La protection de l'innovation

L'innovation s'accompagne de coûts de développement et du risque que les résultats ne soient pas au rendez-vous. En l'absence de toute compensation pour ces coûts et ces risques , il ne peut y avoir d'incitation à la recherche et, en général, les marchés privés ne peuvent fournir cette compensation. Si une innovation possède une valeur économique mais est également facilement imitable, les firmes concurrentes vont la copier et la vendre, s'octroyant ainsi une part des profits potentiels. Dans des marchés de concurrence parfaite, une duplication en assez grand nombre apparaîtrait, qui éliminerait tout profit. Connaissant cette issue a priori, les entreprises qui innovent ne se chargeraient plus de la recherche et du développement dès le départ. Les sociétés perdraient les bénéfices du développement technologique, de la variété des produits, et l'enrichissement culturel qui en découlent. A la longue, la croissance économique en ferait les frais.

Les droits de propriété intellectuelle tentent de corriger ce problème en accordant à l'entreprise innovante un droit exclusif (ou monopole) de vendre ou d'utiliser le produit ou la technologie en cause. Les brevets, les marques, les droits d'auteur et les autres DPI limitent l'accès des concurrents à l'innovation et en augmentent le prix. En principe, ils sont destinés à permettre à l'inventeur ou l'artiste créateur de couvrir ses coûts de développement et de gagner un profit normal.

Source : Economic Review (Revue de la Banque de Réserve Fédérale de Kansas City) ; 1^{er} trimestre 1993 ;
Dans : Économie Générale ; Terminale STT ; Hachette Technique ; OP. CIT.

Travail à faire

1	Quelles sont les sources des situations de monopole évoquées dans les deux documents.
2	Ces situations sont elles stables ou susceptibles d'être remises en cause ?
3	Précisez le moyen juridique permettant de protéger les inventions ? Pourquoi cette protection ?