

# Oligopole

Un oligopole est une structure de marché dominée par un petit nombre de grandes entreprises, chacune ayant une influence significative sur les prix du marché, où les actions d'une entreprise affectent les concurrents. Les produits peuvent être homogènes ou différenciés, et il existe des barrières significatives à l'entrée.

## Caractéristiques Clés

- **Quelques Grandes Entreprises** : Le marché est dominé par un petit nombre de grandes entreprises, souvent engagées dans des interactions stratégiques.
- **Interdépendance** : Les actions d'une entreprise, telles que les changements de prix ou les innovations de produit, influencent les concurrents et les résultats du marché.
- **Barrières à l'Entrée** : Les coûts élevés de démarrage, les économies d'échelle ou le contrôle des ressources essentielles créent des barrières qui limitent l'entrée des nouveaux entrants.
- **Différenciation des Produits** : Les produits peuvent être homogènes ou différenciés, ce qui conduit à des stratégies concurrentielles basées sur la qualité du produit, le branding ou le marketing.

## Impact sur la Planification de l'Entreprise

Pour les entreprises opérant dans des marchés oligopolistiques :

- **Comportement Stratégique** : Les entreprises prennent des décisions stratégiques en anticipant et en répondant aux actions de leurs concurrents pour protéger leur part de marché et leur rentabilité.
- **Rigidité des Prix** : Les prix peuvent être rigides en raison de l'interdépendance mutuelle entre les entreprises. La compétition sur les prix est atténuée et les entreprises peuvent se concurrencer sur des facteurs non prix.
- **Collaboration ou Rivalité** : Les entreprises peuvent collaborer par le biais d'accords comme la fixation des prix (illégal) ou engager une rivalité intense à travers des guerres de prix ou des campagnes marketing agressives.
- **Dissuasion Stratégique à l'Entrée** : Les entreprises existantes peuvent dissuader stratégiquement les nouveaux entrants par le biais de politiques de prix agressives ou d'une expansion de capacité.

# Considérations Stratégiques

- **Théorie des Jeux** : Les entreprises utilisent la théorie des jeux pour analyser les interactions concurrentielles et prendre des décisions stratégiques en tenant compte des réactions potentielles des concurrents.
- **Stratégies de Différenciation** : Les entreprises peuvent se concentrer sur la différenciation des produits, le branding, l'innovation ou le service client pour établir des avantages concurrentiels.
- **Alliances Stratégiques** : La collaboration par le biais de coentreprises, d'alliances stratégiques ou de fusions peut renforcer la position sur le marché et améliorer les capacités concurrentielles.

---

Revision #1

Created 29 June 2024 07:09:32 by Christian Nasulea

Updated 29 June 2024 12:01:03 by Christian Nasulea