|  |
| --- |
| **Académie de la Réunion, année scolaire 2016-2017****Formation en Sciences Economiques et Sociales** |
| **Niveau** | Terminale |
| **Thème général** | Enseignement de spécialité Economie approfondie  |
| **Thème spécifique** |  Thème n°2 : **Stratégies d'entreprises et politique de concurrence dans une économie globalisée** |
| **Notions** | Monopole discriminant |
| **Savoir-faire** | Recherche d’informations sur Internet  |
| **Cadre d’utilisation** | TD |
| **Objectifs pédagogiques** | Comprendre comment les entreprises exercent un pouvoir de marché  |
| **Démarche pédagogique** | A partir d’un cas concret, illustrer la notion de monopole discriminant |
| **Auteurs** |   |

**La stratégie de discrimination par les prix : l’exemple d’Air France**

*Travail sur le site* [*http://www.airfrance.fr/*](http://www.airfrance.fr/)

1. A quelle structure de marché appartient la firme Air France?

2. Sur le site d’Air France, vous devez réserver un vol entre La Réunion et Paris pour un adulte, pour les dates du 8 juillet 2016 au 15 août 2017.

A l’aide des informations obtenues, complétez le tableau ci-dessous :

|  |  |  |  |
| --- | --- | --- | --- |
|  | ECONOMY | PREMIUM ECONOMY | BUSINESS |
|  | Tarif le plus élevé | Tarif le plus bas | Tarif le plus élevé | Tarif le plus bas | Tarif le plus élevé | Tarif le plus bas |
| Jeunes (18-24 ans) |  |  |  |  |  |  |
| Adultes (25-64 ans) |  |  |  |  |  |  |
| Seniors (+65 ans) |  |  |  |  |  |  |

3. Pourquoi les tarifs proposés diffèrent-ils selon l’âge ? Selon la classe ?

4. Qu’est-ce qui explique la différence de prix dans une même classe ?

5. Quel est l’intérêt pour Air France de proposer des programmes de fidélité (miles, Flying blue, etc.) ?

6. ***Synthèse (en vous aidant de la définition ci-dessous) : Pourquoi Air France comme d’autres compagnies aériennes adopte-t-elle cette stratégie de discrimination par les prix ?***

Un monopole discriminant désigne la situation dans laquelle une firme en situation de monopole ( ou oligopole) pratique des prix différenciés afin de mieux capter une clientèle dont la demande est plus ou moins forte: on fait payer le prix fort à la clientèle captive (celle qui n'a pas d'autre choix) et un prix de moins en moins élevé aux clientèles dont la demande est de moins en moins intense. Le risque d'une telle politique tarifaire est évidemment d'inciter ceux qui payent le tarif fort à réclamer le tarif faible: il faut donc pratiquer la discrétion sur les différents tarifs pratiqués.

<http://www.alternatives-economiques.fr/Dictionnaire_fr_52__def1005.html>