

Économie publique

Chapitre 6 : Le pouvoir de marché

Pierre-Hernan Rojas

pierrehernan.rojas@sciencespo.fr

Sciences Po - 2019/2020

Introduction

Le monopole

- Monopole pur

- Monopole discriminant

 - Discrimination du premier degré

 - Discrimination du second degré

 - Discrimination du troisième degré

Politiques de la concurrence

Introduction

Le monopole

Politiques de la concurrence

Le pouvoir de marché

- On va relâcher l'hypothèse d'atomicité des producteurs
 - Les firmes ont un **pouvoir de marché** : contrôle partiel des prix
 - Les producteurs ne sont plus *price-takers*, mais **price-makers**
 - Ils réalisent une *marge* sur le prix de vente : $p > C_m$

Le pouvoir de marché

- On va relâcher l'hypothèse d'atomicité des producteurs
 - Les firmes ont un **pouvoir de marché** : contrôle partiel des prix
 - Les producteurs ne sont plus *price-takers*, mais **price-makers**
 - Ils réalisent une *marge* sur le prix de vente : $p > C_m$
- Partons d'une situation d'équilibre concurrentiel, et supposons qu'une entreprise essaie de fixer un prix p_i supérieur à celui du marché p^*
 - Elle sera évincée du marché car la demande s'adressera à la concurrence

Le pouvoir de marché

- On va relâcher l'hypothèse d'atomicité des producteurs
 - Les firmes ont un **pouvoir de marché** : contrôle partiel des prix
 - Les producteurs ne sont plus *price-takers*, mais **price-makers**
 - Ils réalisent une *marge* sur le prix de vente : $p > C_m$
- Partons d'une situation d'équilibre concurrentiel, et supposons qu'une entreprise essaie de fixer un prix p_i supérieur à celui du marché p^*
 - Elle sera évincée du marché car la demande s'adressera à la concurrence
- Le pouvoir de marché vient du fait que la firme ne fait plus face à une demande infiniment élastique : elle peut augmenter ses prix sans perdre tous ses clients

Diverses sources et formes de concurrence imparfaite

- Le nombre d'entreprises présentes sur le marché
 - Monopole : une firme
 - Oligopole : plusieurs firmes
 - Duopole : oligopole à deux firmes

Diverses sources et formes de concurrence imparfaite

- Le nombre d'entreprises présentes sur le marché
 - Monopole : une firme
 - Oligopole : plusieurs firmes
 - Duopole : oligopole à deux firmes
- Concurrence monopolistique, oligopolistique
 - Différenciation des produits
 - Différents choix de localisation

Diverses sources et formes de concurrence imparfaite

- Le nombre d'entreprises présentes sur le marché
 - Monopole : une firme
 - Oligopole : plusieurs firmes
 - Duopole : oligopole à deux firmes
- Concurrence monopolistique, oligopolistique
 - Différenciation des produits
 - Différents choix de localisation
- Non atomicité des acheteurs : monopsonne, oligopsonne

Introduction

Le monopole

Monopole pur

Monopole discriminant

Politiques de la concurrence



Introduction

Le monopole

Monopole pur

Monopole discriminant

Politiques de la concurrence



Situation de monopole pur

- La firme est seule sur son marché : elle fixe les prix *et* les quantités



Situation de monopole pur

- La firme est seule sur son marché : elle fixe les prix *et* les quantités
- Elle fait face à deux types de contraintes :
 - Contraintes technologiques habituelles : synthétisées par une fonction de coût $c(y)$
 - La *contrainte de la demande* : plus le prix est élevé, plus la quantité vendue sera faible



Situation de monopole pur

- La firme est seule sur son marché : elle fixe les prix *et* les quantités
- Elle fait face à deux types de contraintes :
 - Contraintes technologiques habituelles : synthétisées par une fonction de coût $c(y)$
 - La *contrainte de la demande* : plus le prix est élevé, plus la quantité vendue sera faible
- Deux raisonnements possibles pour la firme :
 - Elle décide du prix et laisse les consommateurs choisir la quantité consommée
 - Elle choisit la quantité à produire et laisse les consommateurs décider du prix à payer pour cette quantité

Problème du monopoleur

- Comme en CPP, le monopoleur cherche à maximiser son profit, de telle sorte à égaliser sa recette marginale à son coût marginal

Problème du monopoleur

- Comme en CPP, le monopoleur cherche à maximiser son profit, de telle sorte à égaliser sa recette marginale à son coût marginal
- Le monopole est un cas extrême de concurrence imparfaite puisqu'il n'y a qu'un seul producteur, et donc la demande est entièrement fonction de *son* prix



Problème du monopoleur

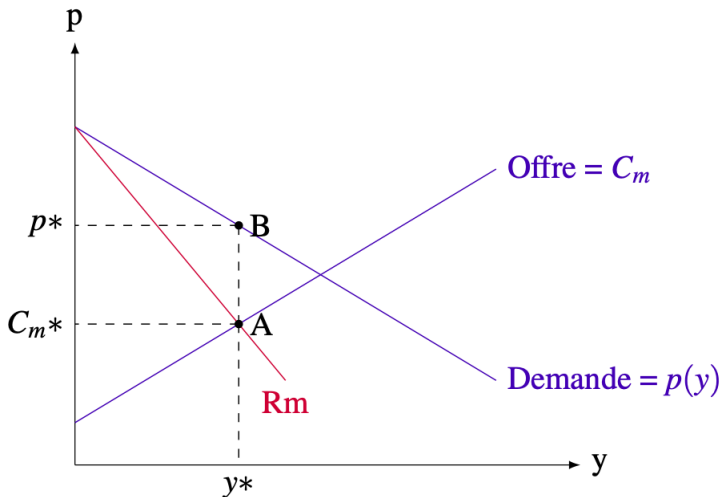
- Comme en CPP, le monopoleur cherche à maximiser son profit, de telle sorte à égaliser sa recette marginale à son coût marginal
- Le monopole est un cas extrême de concurrence imparfaite puisqu'il n'y a qu'un seul producteur, et donc la demande est entièrement fonction de *son* prix
- Le monopoleur fait face à un arbitrage prix/quantité :



Problème du monopoleur

- Comme en CPP, le monopoleur cherche à maximiser son profit, de telle sorte à égaliser sa recette marginale à son coût marginal
- Le monopole est un cas extrême de concurrence imparfaite puisqu'il n'y a qu'un seul producteur, et donc la demande est entièrement fonction de *son* prix
- Le monopoleur fait face à un arbitrage prix/quantité :
 - S'il augmente son prix, la demande est plus faible (et inversement)
 - S'il produit davantage, il doit baisser son prix (et inversement)

Représentation graphique



Représentation graphique

- Les différentes courbes dans le plan (y, p) :
 - La courbe de coût marginal C_m est croissante
 - La courbe de demande (inverse) $p(y)$ est décroissante
 - La courbe de recette marginale R_m est décroissante



Représentation graphique

- Les différentes courbes dans le plan (y, p) :
 - La courbe de coût marginal C_m est croissante
 - La courbe de demande (inverse) $p(y)$ est décroissante
 - La courbe de recette marginale R_m est décroissante
- À l'optimum du monopoleur, la quantité produite y^* est telle que $C_m = R_m$
 - Le monopoleur fixe le prix nécessaire pour écouler sa production grâce à la fonction de demande inverse

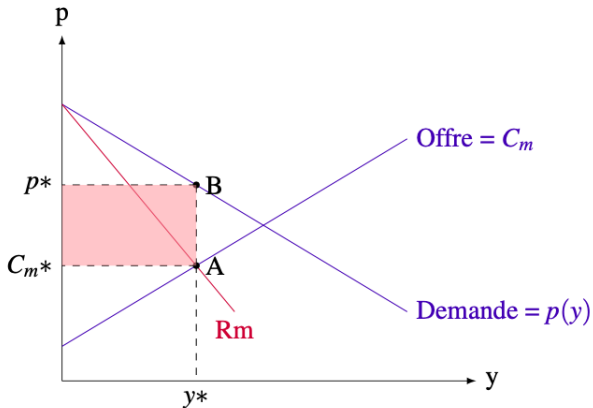


Représentation graphique

- Les différentes courbes dans le plan (y, p) :
 - La courbe de coût marginal C_m est croissante
 - La courbe de demande (inverse) $p(y)$ est décroissante
 - La courbe de recette marginale R_m est décroissante
- À l'optimum du monopoleur, la quantité produite y^* est telle que $C_m = R_m$
 - Le monopoleur fixe le prix nécessaire pour écouler sa production grâce à la fonction de demande inverse
- On a bien $p^* > C_m^*$: pour chaque unité vendue, réalisation d'une **rente de monopole** égale à $p^* - C_m^*$
Rente totale : $(p^* - C_m^*) \times y^*$

Représentation graphique

Rente de monopole





Inefficacité de l'équilibre de monopole pur

- Avec la tarification en monopole, le surplus du producteur augmente
 - La quantité produite est moindre qu'en CPP
 - Chaque unité vendue rapporte davantage



Inefficacité de l'équilibre de monopole pur

- Avec la tarification en monopole, le surplus du producteur augmente
 - La quantité produite est moindre qu'en CPP
 - Chaque unité vendue rapporte davantage
- Le surplus du consommateur baisse
 - La quantité échangée est moindre qu'en CPP
 - Chaque unité consommée coûte plus cher



Inefficacité de l'équilibre de monopole pur

- Avec la tarification en monopole, le surplus du producteur augmente
 - La quantité produite est moindre qu'en CPP
 - Chaque unité vendue rapporte davantage
- Le surplus du consommateur baisse
 - La quantité échangée est moindre qu'en CPP
 - Chaque unité consommée coûte plus cher
- Le monopole génère donc une **perte sèche** : le surplus total est inférieur à celui en CPP



Inefficacité de l'équilibre de monopole pur

- Avec la tarification en monopole, le surplus du producteur augmente
 - La quantité produite est moindre qu'en CPP
 - Chaque unité vendue rapporte davantage
- Le surplus du consommateur baisse
 - La quantité échangée est moindre qu'en CPP
 - Chaque unité consommée coûte plus cher
- Le monopole génère donc une **perte sèche** : le surplus total est inférieur à celui en CPP

Cette inefficacité de marché en situation en monopole est due à une baisse de la demande et à une hausse du prix (*le gain du producteur ne compense pas la perte subie par les consommateurs*)



D'où vient l'inefficacité de marché ?

- L'inefficacité vient du fait que $p^* > C_m^*$
→ *L'État pourrait imposer une tarification au coût marginal*
Mais cela pourrait conduire à un profit négatif, et donc $y = 0$



D'où vient l'inefficacité de marché ?

- L'inefficacité vient du fait que $p^* > C_m^*$
→ *L'État pourrait imposer une tarification au coût marginal*
Mais cela pourrait conduire à un profit négatif, et donc $y = 0$
- **Monopole naturel** : situation de monopole qui résulte d'une structure de coût comprenant d'**important coûts fixes** et donc d'un coût moyen élevé et un faible coût marginal (on est en présence d'importantes économies d'échelle)



D'où vient l'inefficacité de marché ?

- L'inefficacité vient du fait que $p^* > C_m^*$
→ *L'État pourrait imposer une tarification au coût marginal*
Mais cela pourrait conduire à un profit négatif, et donc $y = 0$
- **Monopole naturel** : situation de monopole qui résulte d'une structure de coût comprenant d'**important coûts fixes** et donc d'un coût moyen élevé et un faible coût marginal (on est en présence d'importantes économies d'échelle)
- Exemples : production et distribution de l'électricité, gaz, communications, transport ferroviaire, etc.



Comment restaurer l'efficacité de marché ?

Plusieurs solutions s'offrent alors au décideur public :

- Nationalisation de l'entreprise



Comment restaurer l'efficacité de marché ?

Plusieurs solutions s'offrent alors au décideur public :

- Nationalisation de l'entreprise
- Tarification au coût marginal, assortie d'une *subvention*
 - Coût élevé pour les finances publiques
 - Suppose que le régulateur public connaît la fonction de coût marginal

Comment restaurer l'efficacité de marché ?

Plusieurs solutions s'offrent alors au décideur public :

- Suppression du coût fixe en séparant les infrastructures du service → Possibilité de concurrence sur la partie variable des coûts (*Théorie des marchés contestables*, Baumol)

Comment restaurer l'efficacité de marché ?

Plusieurs solutions s'offrent alors au décideur public :

- Suppression du coût fixe en séparant les infrastructures du service → Possibilité de concurrence sur la partie variable des coûts (*Théorie des marchés contestables*, Baumol)
 - Pour rendre un marché contestable, il faut que toute entreprise puisse entrer et sortir du marché instantanément, et que les nouveaux entrants puissent bénéficier de la même technologie de production et du même accès à la demande que les entreprises déjà présentes sur le marché, ainsi que les mêmes conditions en termes de tarification



Comment restaurer l'efficacité de marché ?

Plusieurs solutions s'offrent alors au décideur public :

- Suppression du coût fixe en séparant les infrastructures du service → Possibilité de concurrence sur la partie variable des coûts (*Théorie des marchés contestables*, Baumol)
 - Pour rendre un marché contestable, il faut que toute entreprise puisse entrer et sortir du marché instantanément, et que les nouveaux entrants puissent bénéficier de la même technologie de production et du même accès à la demande que les entreprises déjà présentes sur le marché, ainsi que les mêmes conditions en termes de tarification
 - Résultat très fort : même avec une seule entreprise, la menace de l'entrée de concurrents restaure l'efficacité



D'autres sources de monopoles

- Barrières à l'entrée non-technologiques :
 - Possibilité d'intervention publique pour libéraliser le marché



D'autres sources de monopoles

- Barrières à l'entrée non-technologiques :
 - Possibilité d'intervention publique pour libéraliser le marché
- Entente entre les différentes firmes du marché pour maintenir le niveau de production bas et assurer des prix élevés : les cartels (illégaux !)
 - Mise en place de contrôles et de sanctions pour éviter cette forme de monopole



Introduction

Le monopole

Monopole pur

Monopole discriminant

Discrimination du premier degré

Discrimination du second degré

Discrimination du troisième degré

Politiques de la concurrence



La discrimination par les prix

- Problème d'inefficacité du monopole pur :



La discrimination par les prix

- Problème d'inefficacité du monopole pur :
 - Des consommateurs seraient prêts à payer plus pour des unités supplémentaires que ce qu'il coûte de les produire



La discrimination par les prix

- Problème d'inefficacité du monopole pur :
 - Des consommateurs seraient prêts à payer plus pour des unités supplémentaires que ce qu'il coûte de les produire
 - Mais le monopoleur ne veut pas produire ces unités supplémentaires, car cela réduirait le prix auquel il vendrait la totalité des unités produites



La discrimination par les prix

- Problème d'inefficacité du monopole pur :
 - Des consommateurs seraient prêts à payer plus pour des unités supplémentaires que ce qu'il coûte de les produire
 - Mais le monopoleur ne veut pas produire ces unités supplémentaires, car cela réduirait le prix auquel il vendrait la totalité des unités produites
 - Cela n'est plus nécessairement vrai dès lors qu'il peut vendre différentes unités à différents prix : *discrimination par les prix*



La discrimination par les prix

- Problème d'inefficacité du monopole pur :
 - Des consommateurs seraient prêts à payer plus pour des unités supplémentaires que ce qu'il coûte de les produire
 - Mais le monopoleur ne veut pas produire ces unités supplémentaires, car cela réduirait le prix auquel il vendrait la totalité des unités produites
 - Cela n'est plus nécessairement vrai dès lors qu'il peut vendre différentes unités à différents prix : *discrimination par les prix*
- Trois types de discrimination par les prix



La discrimination par les prix

- Problème d'inefficacité du monopole pur :
 - Des consommateurs seraient prêts à payer plus pour des unités supplémentaires que ce qu'il coûte de les produire
 - Mais le monopoleur ne veut pas produire ces unités supplémentaires, car cela réduirait le prix auquel il vendrait la totalité des unités produites
 - Cela n'est plus nécessairement vrai dès lors qu'il peut vendre différentes unités à différents prix : *discrimination par les prix*
- Trois types de discrimination par les prix
 - Premier degré : prix différent pour chaque unité de bien, et éventuellement entre consommateurs (*discrimination parfaite*)



La discrimination par les prix

- Problème d'inefficacité du monopole pur :
 - Des consommateurs seraient prêts à payer plus pour des unités supplémentaires que ce qu'il coûte de les produire
 - Mais le monopoleur ne veut pas produire ces unités supplémentaires, car cela réduirait le prix auquel il vendrait la totalité des unités produites
 - Cela n'est plus nécessairement vrai dès lors qu'il peut vendre différentes unités à différents prix : *discrimination par les prix*
- Trois types de discrimination par les prix
 - Premier degré : prix différent pour chaque unité de bien, et éventuellement entre consommateurs (*discrimination parfaite*)
 - Second degré : les prix diffèrent en fonction du nombre d'unités vendues, mais pas d'un acheteur à l'autre (Politiques de prix non-linéaire. *Exemple : vente en gros*)



La discrimination par les prix

- Problème d'inefficacité du monopole pur :
 - Des consommateurs seraient prêts à payer plus pour des unités supplémentaires que ce qu'il coûte de les produire
 - Mais le monopoleur ne veut pas produire ces unités supplémentaires, car cela réduirait le prix auquel il vendrait la totalité des unités produites
 - Cela n'est plus nécessairement vrai dès lors qu'il peut vendre différentes unités à différents prix : *discrimination par les prix*
- Trois types de discrimination par les prix
 - Premier degré : prix différent pour chaque unité de bien, et éventuellement entre consommateurs (*discrimination parfaite*)
 - Second degré : les prix diffèrent en fonction du nombre d'unités vendues, mais pas d'un acheteur à l'autre (Politiques de prix non-linéaire. *Exemple : vente en gros*)
 - Troisième degré : des acheteurs différents payent des prix différents, mais chaque acheteur paye le même prix pour chaque unité qu'il achète (*Exemple : tarif étudiants*)



Introduction

Le monopole

Monopole pur

Monopole discriminant

Discrimination du premier degré

Discrimination du second degré

Discrimination du troisième degré

Politiques de la concurrence



Principe et intuition

- Principe : pour chaque acheteur, chaque unité produite est vendue au prix maximal qu'il est prêt à payer (son *prix de réserve*)



Principe et intuition

- Principe : pour chaque acheteur, chaque unité produite est vendue au prix maximal qu'il est prêt à payer (son *prix de réserve*)
- Ce type de discrimination génère donc un surplus nul pour le consommateur : **la totalité du surplus revient au monopoleur**



Principe et intuition

- Principe : pour chaque acheteur, chaque unité produite est vendue au prix maximal qu'il est prêt à payer (son *prix de réserve*)
- Ce type de discrimination génère donc un surplus nul pour le consommateur : **la totalité du surplus revient au monopoleur**
- La firme cherche donc à maximiser le surplus, i.e. à maximiser son profit sous la contrainte de vendre au prix de réserve des consommateurs

Un concept théorique

- Concept qui n'a pas d'application réelle

Un concept théorique

- Concept qui n'a pas d'application réelle
 - Difficulté de connaître parfaitement le consentement à payer de chaque consommateur



Un concept théorique

- Concept qui n'a pas d'application réelle
 - Difficulté de connaître parfaitement le consentement à payer de chaque consommateur
 - Problème de révélation de préférences

Un concept théorique

- Concept qui n'a pas d'application réelle
 - Difficulté de connaître parfaitement le consentement à payer de chaque consommateur
 - Problème de révélation de préférences
 - Les ventes aux enchères ou certaines négociations peuvent s'en approcher

Un concept théorique

- Concept qui n'a pas d'application réelle
 - Difficulté de connaître parfaitement le consentement à payer de chaque consommateur
 - Problème de révélation de préférences
 - Les ventes aux enchères ou certaines négociations peuvent s'en approcher
- Problème d'identification des différents types de consommateurs

Un concept théorique

- Concept qui n'a pas d'application réelle
 - Difficulté de connaître parfaitement le consentement à payer de chaque consommateur
 - Problème de révélation de préférences
 - Les ventes aux enchères ou certaines négociations peuvent s'en approcher
- Problème d'identification des différents types de consommateurs
 - En discriminant parfaitement, le monopoleur maximise son surplus



Un concept théorique

- Concept qui n'a pas d'application réelle
 - Difficulté de connaître parfaitement le consentement à payer de chaque consommateur
 - Problème de révélation de préférences
 - Les ventes aux enchères ou certaines négociations peuvent s'en approcher
- Problème d'identification des différents types de consommateurs
 - En discriminant parfaitement, le monopoleur maximise son surplus
 - Mais un consommateur ayant une demande plus élevée aura intérêt à se faire passer pour un type ayant une demande plus faible et ainsi réaliser un surplus positif



Introduction

Le monopole

Monopole pur

Monopole discriminant

Discrimination du premier degré

Discrimination du second degré

Discrimination du troisième degré

Politiques de la concurrence

Principe et résultats généraux

- Le prix par unité de bien n'est pas constant mais dépend de la quantité totale achetée

Principe et résultats généraux

- Le prix par unité de bien n'est pas constant mais dépend de la quantité totale achetée
- Solution (au moins partielle) au problème d'identification des préférences en offrant différents forfaits prix-quantité qui incitent les agents à révéler leur type en choisissant le forfait qui convient : **auto-sélection**

Principe et résultats généraux

- Le prix par unité de bien n'est pas constant mais dépend de la quantité totale achetée
- Solution (au moins partielle) au problème d'identification des préférences en offrant différents forfaits prix-quantité qui incitent les agents à révéler leur type en choisissant le forfait qui convient : **auto-sélection**
- Le monopoleur détient davantage de surplus qu'en l'absence de discrimination, mais moins que dans la situation de discrimination parfaite

Principe et résultats généraux

- Le prix par unité de bien n'est pas constant mais dépend de la quantité totale achetée
- Solution (au moins partielle) au problème d'identification des préférences en offrant différents forfaits prix-quantité qui incitent les agents à révéler leur type en choisissant le forfait qui convient : **auto-sélection**
- Le monopoleur détient davantage de surplus qu'en l'absence de discrimination, mais moins que dans la situation de discrimination parfaite
- Les consommateurs à faible demande consomment moins que ce qui serait optimal et ont un surplus nul

Principe et résultats généraux

- Le prix par unité de bien n'est pas constant mais dépend de la quantité totale achetée
- Solution (au moins partielle) au problème d'identification des préférences en offrant différents forfaits prix-quantité qui incitent les agents à révéler leur type en choisissant le forfait qui convient : **auto-sélection**
- Le monopoleur détient davantage de surplus qu'en l'absence de discrimination, mais moins que dans la situation de discrimination parfaite
- Les consommateurs à faible demande consomment moins que ce qui serait optimal et ont un surplus nul
- Les consommateurs à forte demande consomment une quantité optimale et ont un surplus positif



En pratique

- En pratique, le monopoleur encourage l'auto-sélection en ajustant la *qualité* du bien plutôt que la quantité



En pratique

- En pratique, le monopoleur encourage l'auto-sélection en ajustant la *qualité* du bien plutôt que la quantité
- En général, réduction de la qualité des produits proposés à la partie basse du marché

En pratique

- En pratique, le monopoleur encourage l'auto-sélection en ajustant la *qualité* du bien plutôt que la quantité
- En général, réduction de la qualité des produits proposés à la partie basse du marché
- En l'absence de consommateurs à forte demande, les consommateurs à faible demande consommeraient des biens de meilleure qualité, mais toujours avec un surplus nul

En pratique

- En pratique, le monopoleur encourage l'auto-sélection en ajustant la *qualité* du bien plutôt que la quantité
- En général, réduction de la qualité des produits proposés à la partie basse du marché
- En l'absence de consommateurs à forte demande, les consommateurs à faible demande consommeraient des biens de meilleure qualité, mais toujours avec un surplus nul
- En l'absence de consommateurs à faible demande, les consommateurs à forte demande auraient un surplus nul : les consommateurs à forte demande bénéficient de la présence de consommateurs à faible demande



Introduction

Le monopole

Monopole pur

Monopole discriminant

Discrimination du premier degré

Discrimination du second degré

Discrimination du troisième degré

Politiques de la concurrence



Principe

- Des consommateurs différents payent des prix différents, mais chaque consommateur est confronté à un prix constant pour toutes les unités du bien qu'il achète



Principe

- Des consommateurs différents payent des prix différents, mais chaque consommateur est confronté à un prix constant pour toutes les unités du bien qu'il achète
- Cela revient à considérer que le monopoleur fait face à plusieurs marchés distincts
→ Quel est le prix optimal sur chaque marché ?



Principe

- Des consommateurs différents payent des prix différents, mais chaque consommateur est confronté à un prix constant pour toutes les unités du bien qu'il achète
- Cela revient à considérer que le monopoleur fait face à plusieurs marchés distincts
→ Quel est le prix optimal sur chaque marché ?
- Pour maximiser son profit total (sur l'ensemble des marchés), la firme va fixer des prix faibles sur les marchés ayant la demande la plus élastique et des prix élevés sur les marchés ayant la demande la plus rigide

Introduction

Le monopole

Politiques de la concurrence