

Le producteur: Introduction
Comportement des entreprises
Structures de marché
Pouvoirs de marché

Chapitre 8

Pouvoir de marché

Quelle est la question?

- **Dans une économie de marché, les vendeurs choisissent librement leurs prix**
- **Mais la concurrence contraint sévèrement leurs choix**
 - **À l'extrême, le marché didacteur impose "son" prix**
- **C'est à cette condition – l'absence de pouvoir de marché – que l'équilibre concurrentiel est efficace**

Où est le problème?

- **A contrario, les situations de monopole – vendeur unique – et de monopsonne – acheteur unique – mettent en jeu un pouvoir de marché**
 - **Ce pouvoir de marché induit l’inefficacité du système de marché**
 - **Faut-il réguler les monopoles et les monopsones?**

Contenu

- 1. L'environnement décisionnel des entreprises**
- 2. La concurrence parfaite**
- 3. Le monopole**
- 4. Application: la saga Microsoft**

1. L'environnement décisionnel des entreprises

Maximisation du profit

- L'objectif de la plupart des entreprises est la **maximisation du profit**
- Une telle entreprise désire donc produire la quantité qui maximise *l'écart entre la Recette Totale et le Coût Total*

L'entreprise maximise son profit

- Le profit économique est défini comme la différence entre les recettes et les coûts de l'entreprise

$$\text{Profit} = \text{Recette Totale} - \text{Coût Total}$$

- La **Recette Totale** dépend des quantités vendues et du prix de vente: $RT = P \times Q$
- Le **Coût Total** dépend des prix des facteurs de production et de la quantité produite

Les variables de décision

- L'entreprise est à priori libre de choisir la quantité produite et le prix de vente
- Toutefois deux contraintes s'imposent à elle:
 - La **technologie de production** qui limite son choix des quantités produites
 - Le **degré de concurrence** sur le marché des biens qui limite son choix du prix de vente

Le Coût Total de production

- **Le Coût Total** de production met en relation les coûts de l'entreprise avec la quantité produite
- Il s'agit d'un résumé de l'environnement technologique de l'entreprise
 - Les prix des facteurs de production
 - La productivité des facteurs de production
 - L'efficacité du management

Coût marginal de production

- Le Coût marginal de production est l'augmentation du coût total résultant de d'une unité additionnelle (marginale) de bien produite

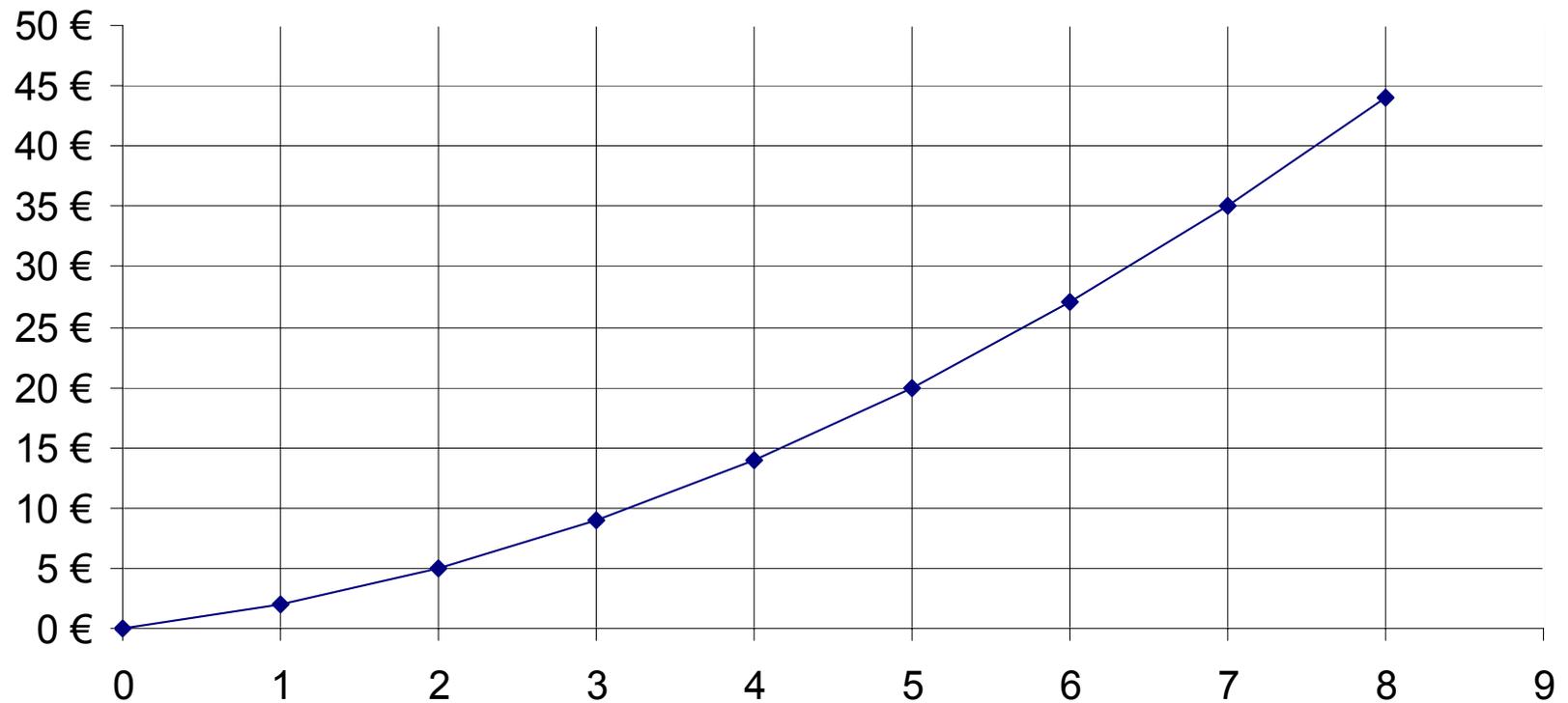
$$Cm = \Delta CT / \Delta Q$$

$$Cm = (CT_2 - CT_1) / (Q_2 - Q_1)$$

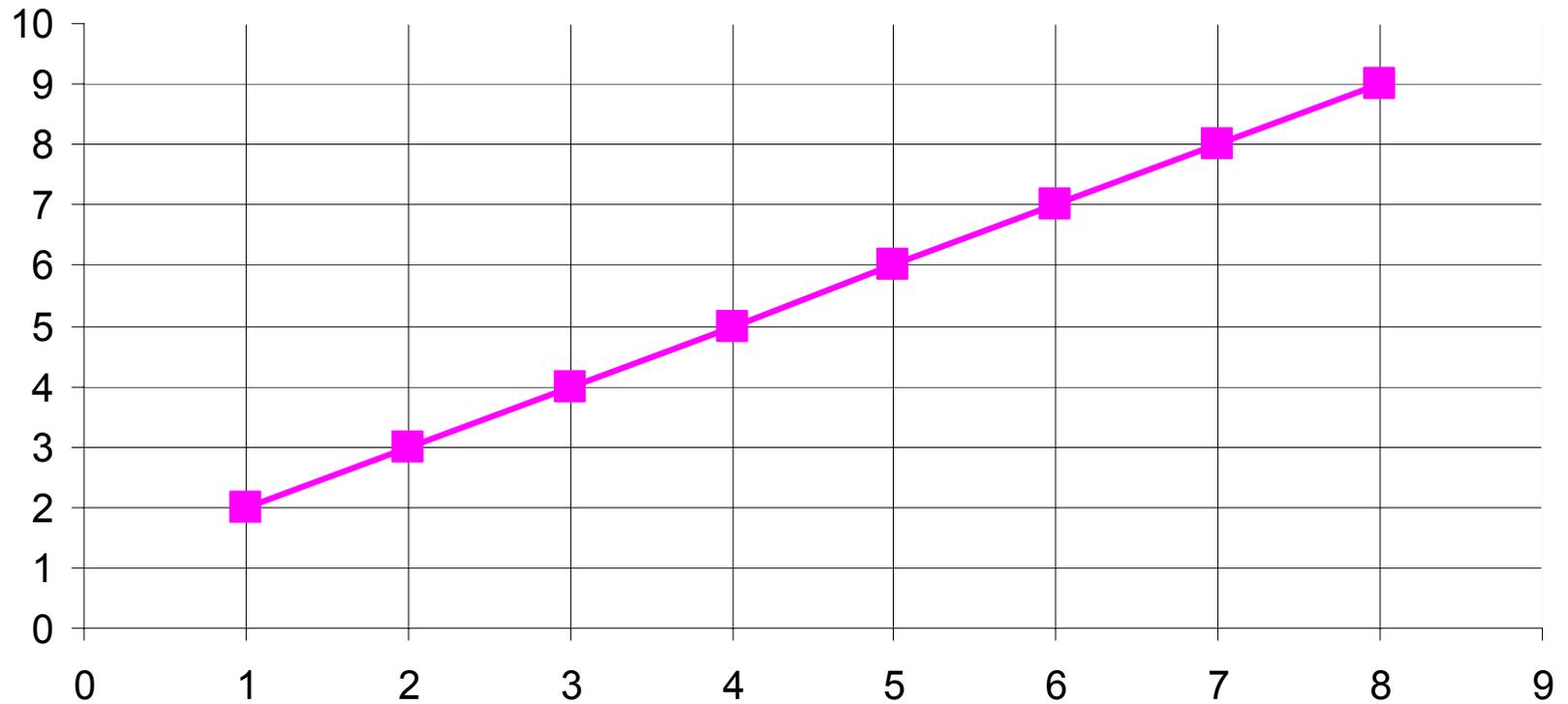
Coût Total et Coût marginal: un exemple

Quantité (Q)	Coût Total (CT)	Coût marginal $Cm = \frac{\Delta CT}{\Delta Q}$
0	0 €	
1	2	2 €
2	5	3
3	9	4
4	14	5
5	20	6
6	27	7
7	35	8
8	44	9

Le Coût Total



Le Coût marginal



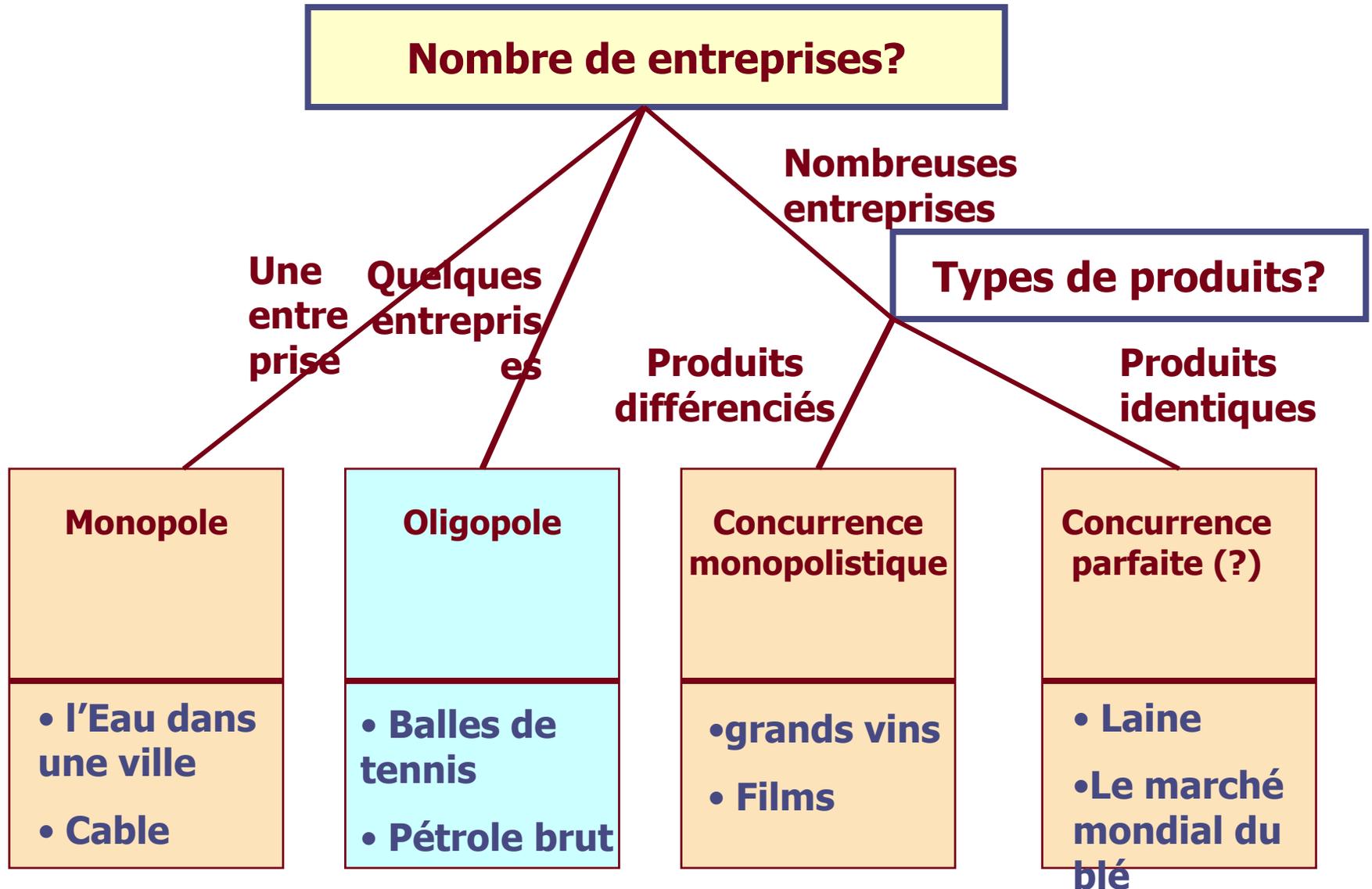
Coût marginal croissant

- **A mesure que la quantité produite augmente...**
 - **Le Coût Total devient de plus en plus “pentu”**
 - **Le Coût marginal augmente**
 - **La contribution au coût total de chaque unité de bien aditionnelle est supérieure à l’unité précédente**

Le degré de concurrence

- **Tout vendeur est libre de fixer le prix qu'il désire, mais...**
- **Le degré de concurrence limite sévèrement la liberté de choix**
 - **Le degré de concurrence détermine l'élasticité-prix de la demande adressée à chaque entreprise**
 - **Le degré de concurrence est fonction des caractéristiques du marché**

Les quatre types de structure de marché



2. La concurrence parfaite

Concurrence parfaite

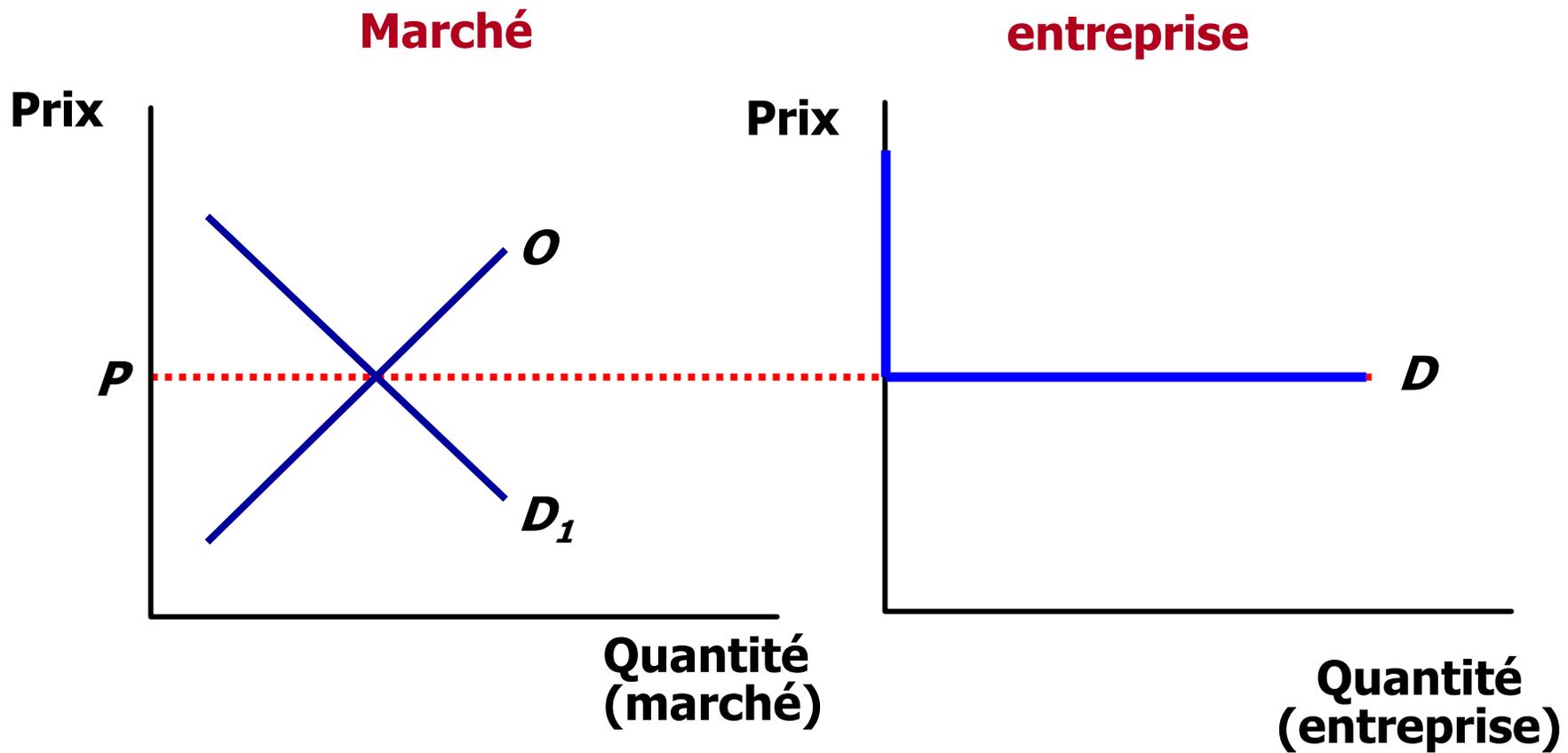
■ Quatre hypothèses

1. **Beaucoup d'acheteurs et de vendeurs**
2. **Produit homogène (pas de différenciation)**
3. **Information parfaite pour les acheteurs (la localisation des concurrents et leurs prix)**
4. **Mobilité parfaite des acheteurs (pas de coût de mobilité)**

Conséquence

- Chaque vendeur est trop “petit” pour affecter le prix du marché
- Qu’est-ce que cette phrase signifie?
 - Chaque vendeur fait face à une demande parfaitement élastique (**price taker**).

Demande du marché vs demande d'une seule entreprise en CP



La dictature du marché

- Chaque vendeur est **trop petit** pour modifier le prix
- Les vendeurs peuvent vendre tout ce qu'ils désirent au prix du marché
- Les vendeurs ne peuvent rien vendre au-dessus du prix du marché
- Les vendeurs n'ont aucune raison de vendre à un prix inférieur au prix du marché

La Recette Moyenne en CP

En concurrence parfaite, la **Recette Moyenne** est égale au prix du bien.

$$\text{Recette Moyenne} = \frac{\text{Recette totale}}{\text{Quantité}}$$

$$\text{Recette Moyenne} = \frac{\text{Prix} \times \text{Quantité}}{\text{Quantité}}$$

$$\text{Recette Moyenne} = \text{Prix}$$

Recette marginale en CP

■ Recette marginale

- La recette additive déduite de la vente d'une unité supplémentaire (marginale) de bien.

$$Rm = \Delta RT / \Delta Q$$

- En CP $Rm = P$

- chaque unité vendue rapporte le même montant

- C'est une conséquence du fait que l'entreprise est preneuse de prix

Les trois recettes en CP

Les entreprises sont preneuse de prix, et...

$$RT = P \times Q$$

$$RM = P$$

$$Rm = P$$

Donc, en CP,

$$P = RM = Rm$$

Les trois recettes en CP: un exemple

Quantité (Q)	Prix (P)	Recette Totale (RT=P×Q)	Recette Moyenne (RM=RT/Q)	Recette marginale (Rm= $\Delta RT / \Delta Q$)
1	6 €	6 €	6 €	
2	6	12	6	6
3	6	18	6	6
4	6	24	6	6
5	6	30	6	6
6	6	36	6	6
7	6	42	6	6
8	6	48	6	6

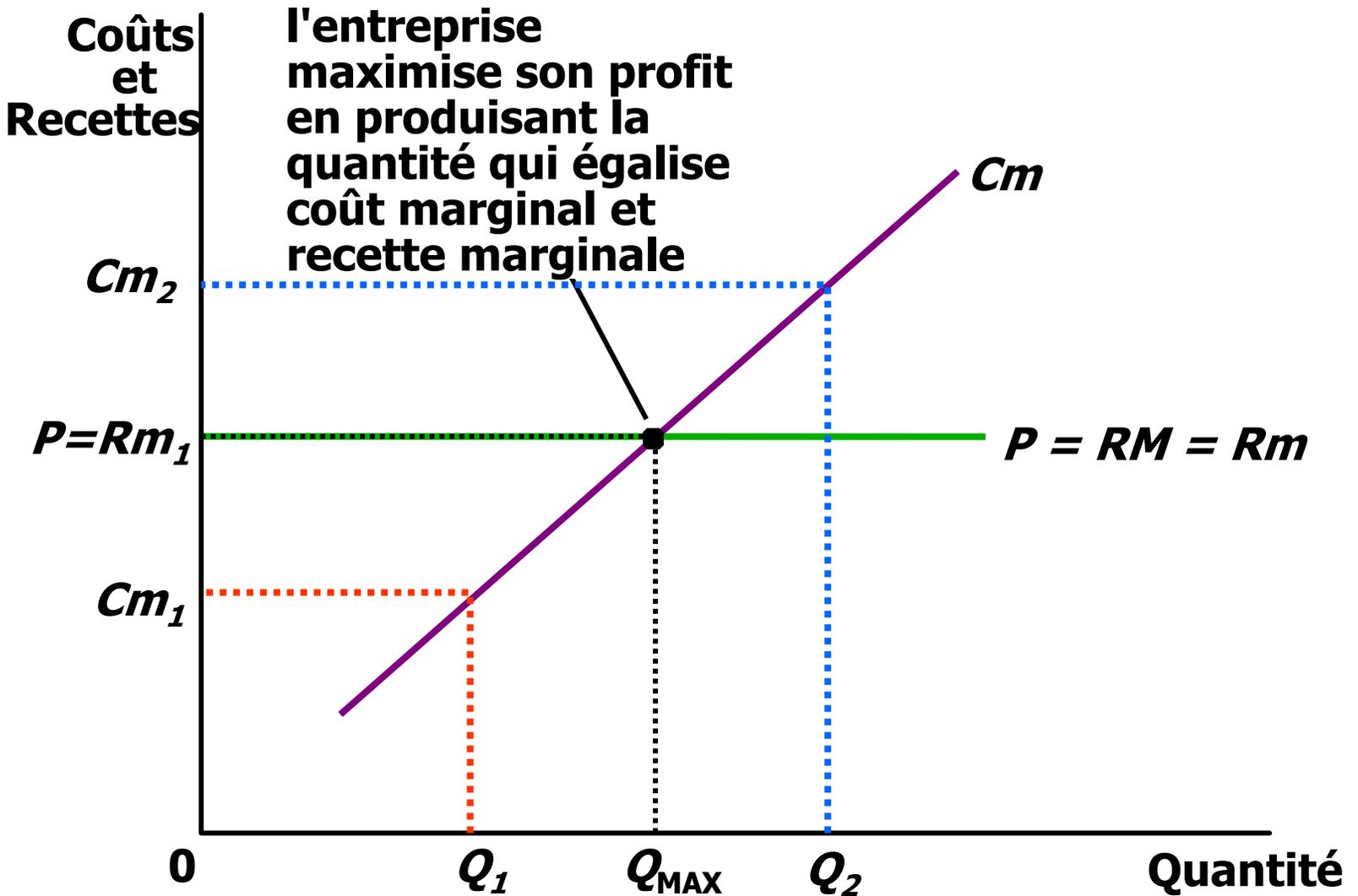
Maximisation du profit en CP

- La quantité optimale est la quantité qui maximise le profit de l'entreprise
- Comment trouver cette quantité optimale?
- Règle adoptée par l'entreprise: on produit tant que la **recette marginale** associée à la production est supérieure au **coût marginal**

Maximisation du profit: un exemple

Prix (P)	Quantité (Q)	Recette Totale (RT=P×Q)	Coût Total (CT)	Profit (RT-CT)	Recette marginale (Rm= $\Delta RT / \Delta Q$)	Coût marginal (Cm= $\Delta CT / \Delta Q$)
	0	0 €	0 €	0 €		
6 €	1	6	2	4	6 €	2 €
6	2	12	5	7	6	3
6	3	18	9	9	6	4
6	4	24	14	10	6	5
6	5	30	20	10	6	6
6	6	36	27	9	6	7
6	7	42	35	7	6	8
6	8	48	44	4	6	9

La maximisation graphique du profit en CP...



Maximisation du profit pour une entreprise concurrentielle

Le profit est maximisé lorsque la
Recette marginale est égale au
Coût marginal

3. Le monopole

Monopole

■ Une entreprise constitue un **monopole** si .

• •

...elle est seule vendeuse de son produit

...son produit n'a pas de substitut
proche

...les producteurs potentiels font face à
des barrières à l'entrée

...elle utilise effectivement son pouvoir
de monopole!

Monopole: les causes

- La cause majeure du monopole est l'existence de **barrières à l'entrée** pour les autres entreprises
 - Barrières légales
 - Détention de ressources-clé
 - Importantes économies d'échelle

Barrières à l'entrée I

■ Propriété de ressources-clé

- Pétrole et acier au début du 20e siècle
- Marché du diamant actuel (DeBeers)
- Site touristique

Barrières à l'entrée II

■ Barrières légales

- **Lois sur les brevets et le copyright**
 - Médicaments, édition musicale...
- **Vente ou location de concessions**
 - Télévision câblée locale
 - Service public

Barrières à l'entrée III

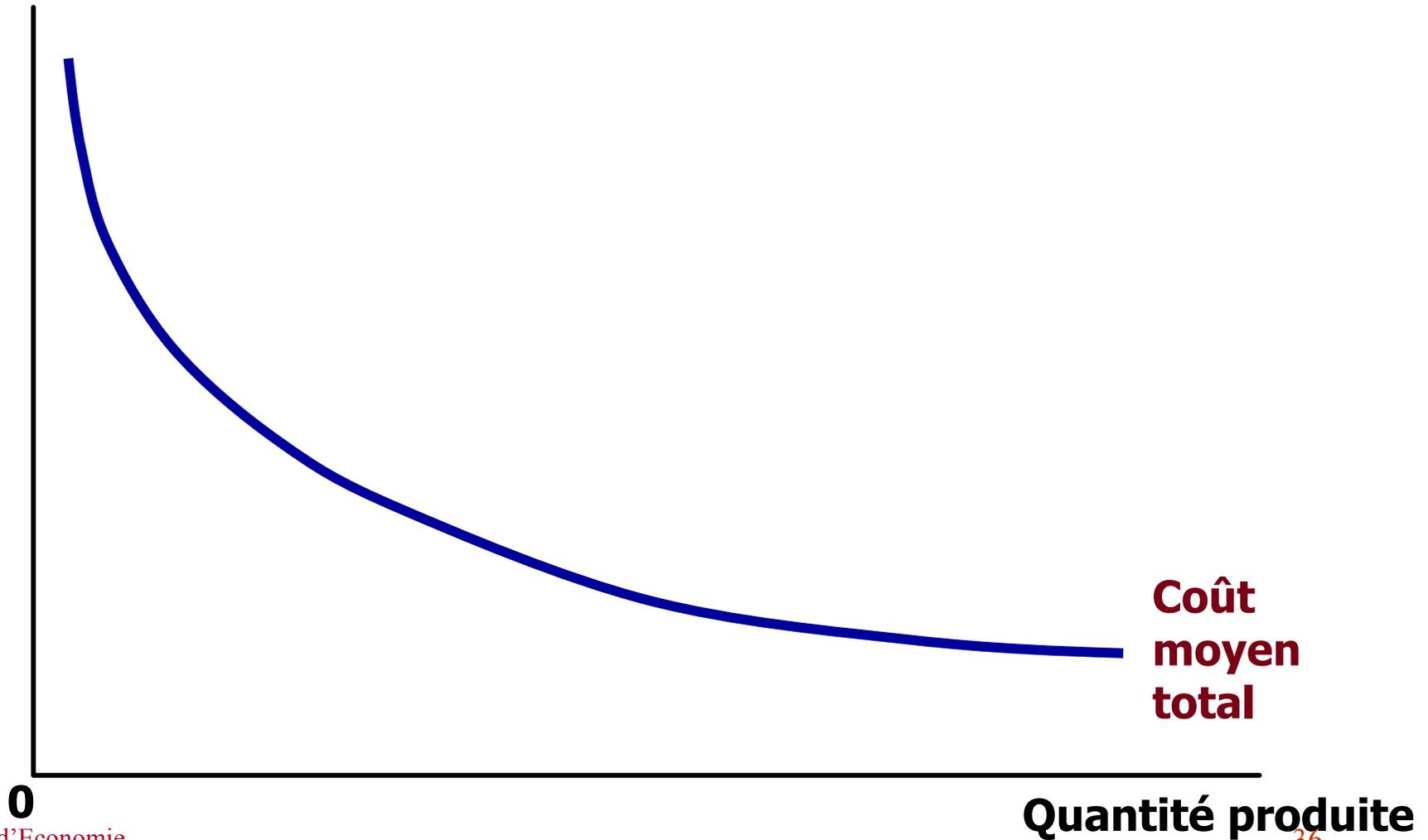
■ Importantes économies d'échelle

➤ **Monopole naturel**

Une entreprise unique peut approvisionner le marché à *un coût moindre que ne le feraient deux (ou davantage de) entreprises*

➤ Cet argument confère un avantage majeur au “premier arrivé”

Economies d'échelle



Monopole

■ Un producteur

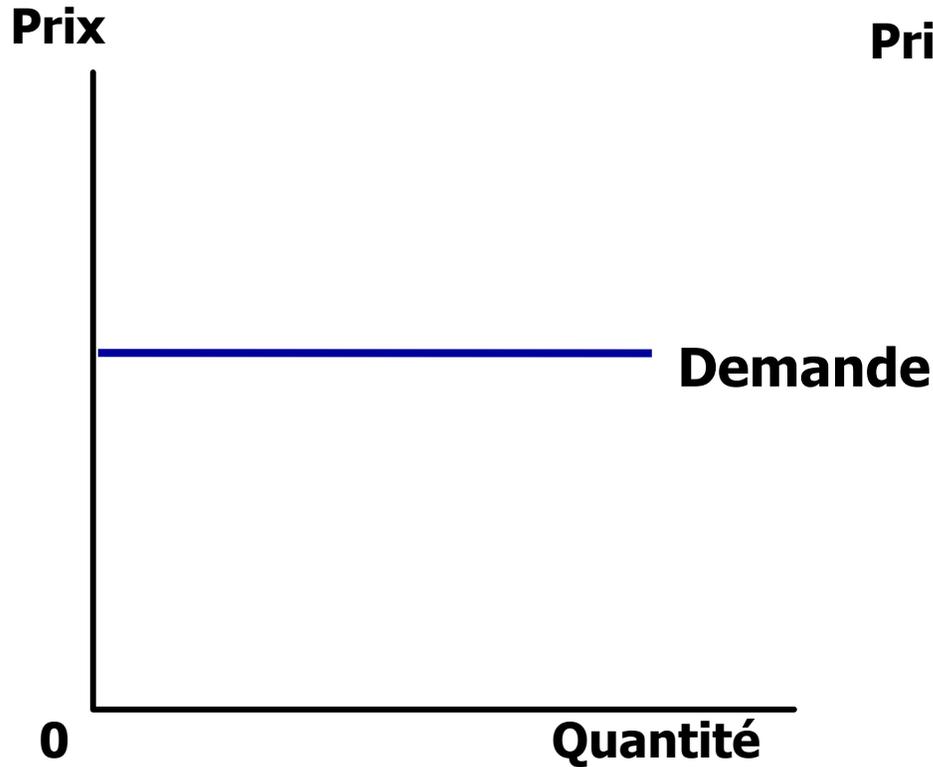
- La courbe d'offre de l'entreprise est aussi celle du marché
- La courbe de demande du marché est aussi celle de l'entreprise

■ Le monopoleur est un faiseur de prix (**price maker**)

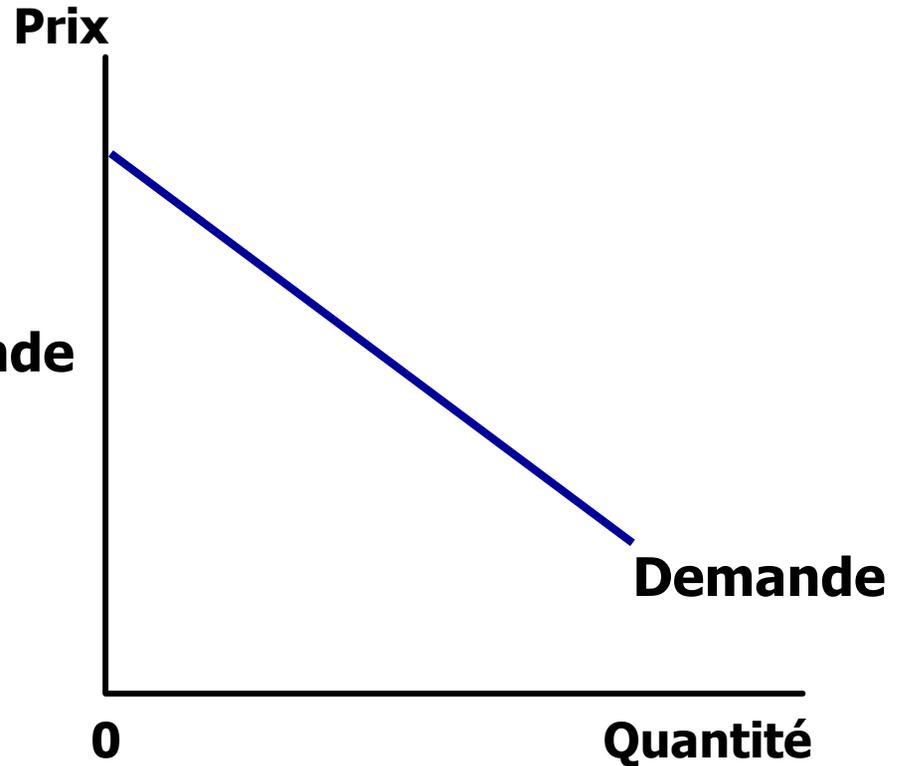
- Un seul vendeur fait face à la courbe de demande du marché
- Plus généralement, la courbe de demande de l'entreprise n'est pas parfaitement élastique (horizontale)
- Le vendeur peut donc réellement choisir son prix

Courbes de demande: concurrence parfaite et en monopole

(a) Courbe de demande sur un marché concurrentiel



(b) Courbe de demande du monopoleur



Recettes du monopole

- Recette totale (chiffre d'affaire)

$$P \times Q = RT$$

- Recette moyenne

$$RT/Q = RM = P$$

- Recette marginale

$$\Delta RT/\Delta Q = Rm$$

Recettes totale, moyenne et marginale d'un monopoleur

Quantité (Q)	Prix (P)	Recette totale (RT=P×Q)	Recette Moyenne (RM=RT/Q)	Recette marginale (Rm= $\Delta TR / \Delta Q$)
0	11€	0 €		
1	10	10	10 €	10 €
2	9	18	9	8
3	8	24	8	6
4	7	28	7	4
5	6	30	6	2
6	5	30	5	0
7	4	28	4	-2
8	3	24	3	-4

La recette marginale du monopole

La recette marginale du monopole est toujours inférieure au prix du bien

$$R_m < P$$

La courbe de demande est décroissante

Attention

- Lorsqu'un monopole diminue le prix pour vendre davantage, le revenu tiré de la vente des unités précédentes diminue également
- Le monopole vend toutes les unités de bien au même prix (différent du monopole discriminant)
- La recette totale du monopoleur ne se calcule pas comme le surplus des producteurs sur un marché concurrentiel

Attention

- Lorsqu'un monopole diminue le prix pour vendre davantage, le revenu tiré de la vente des unités précédentes diminue également
- Le monopole vend toutes les unités de bien au même prix (différent du monopole discriminant)

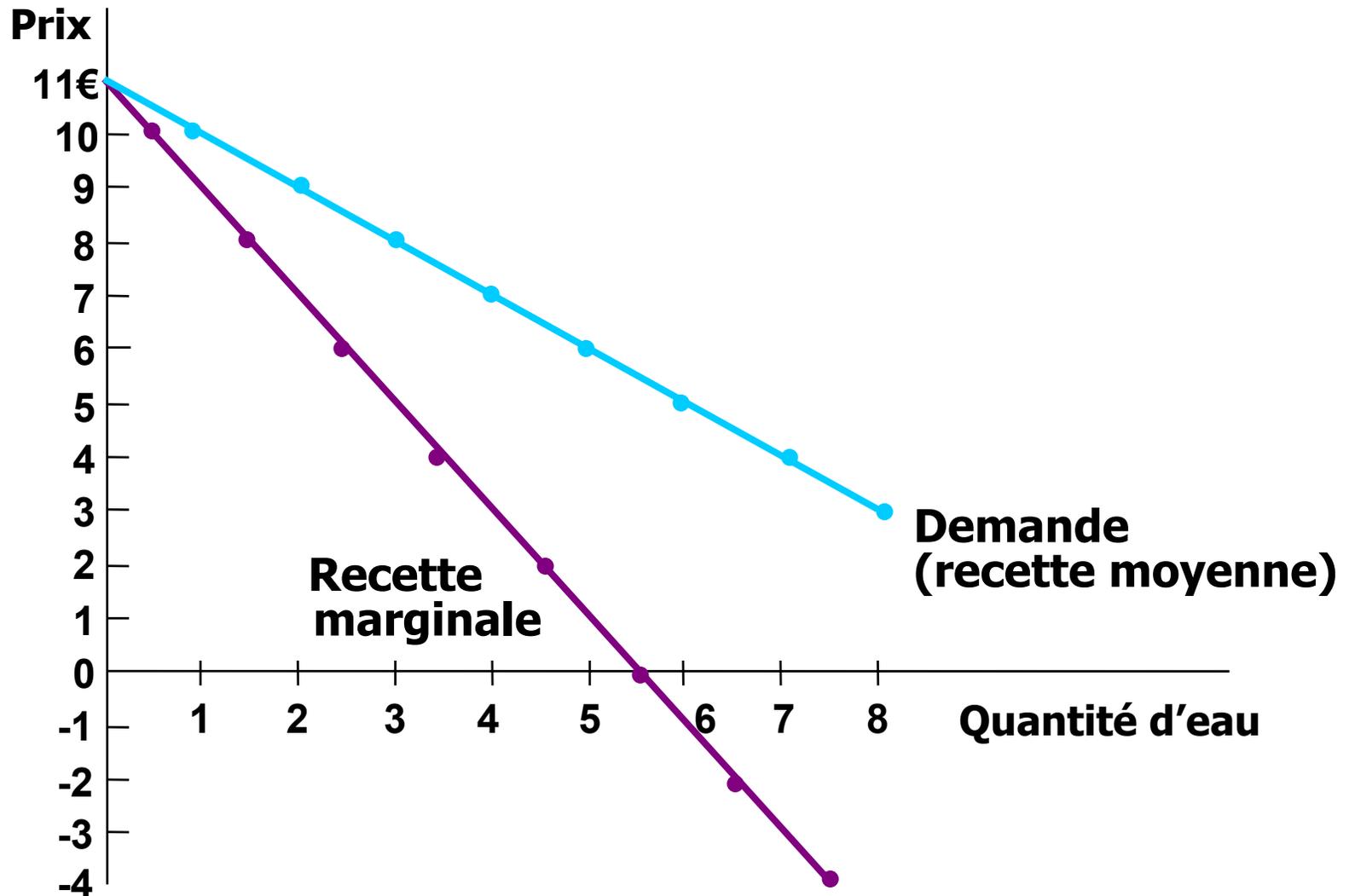
La Recette marginale du monopole

■ Toute augmentation des quantités vendues exerce deux effets sur la recette totale ($RT = P \times Q$)

■ **effet direct positif** — à prix donné, RT augmente

■ **effet indirect négatif** — le prix baisse, RT diminue

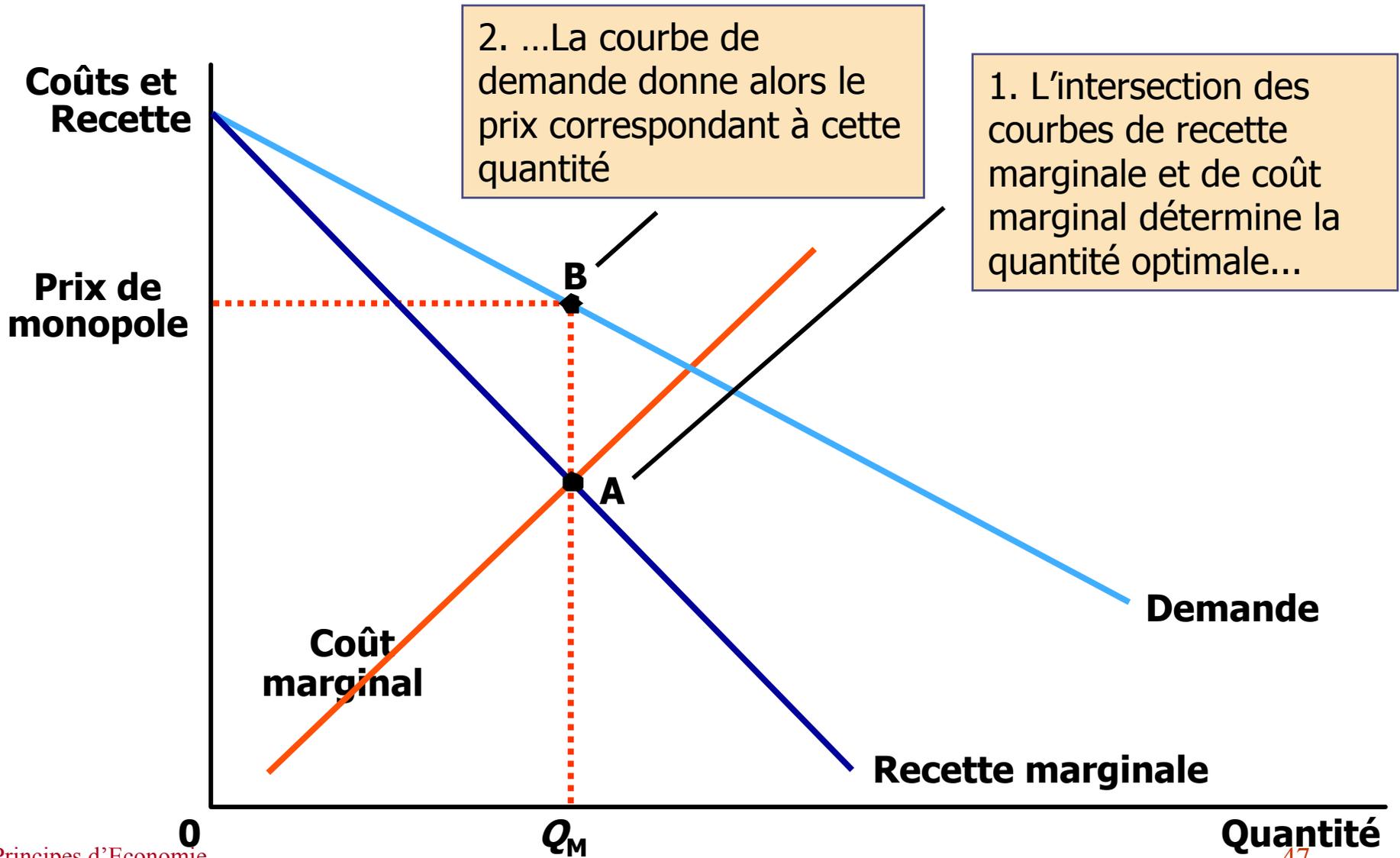
Courbes de demande et de Recette marginale du monopole



Maximisation du profit du monopole

- Le monopoleur choisit de produire la quantité qui égalise la recette marginale au coût marginal
- Il utilise ensuite la courbe de demande pour trouver le prix qui induit les consommateurs à acheter cette quantité

Graphiquement



Comparer le monopole et la concurrence parfaite

- Pour une entreprise concurrentielle, le prix est égal au coût marginal

$$P = RM = Cm$$

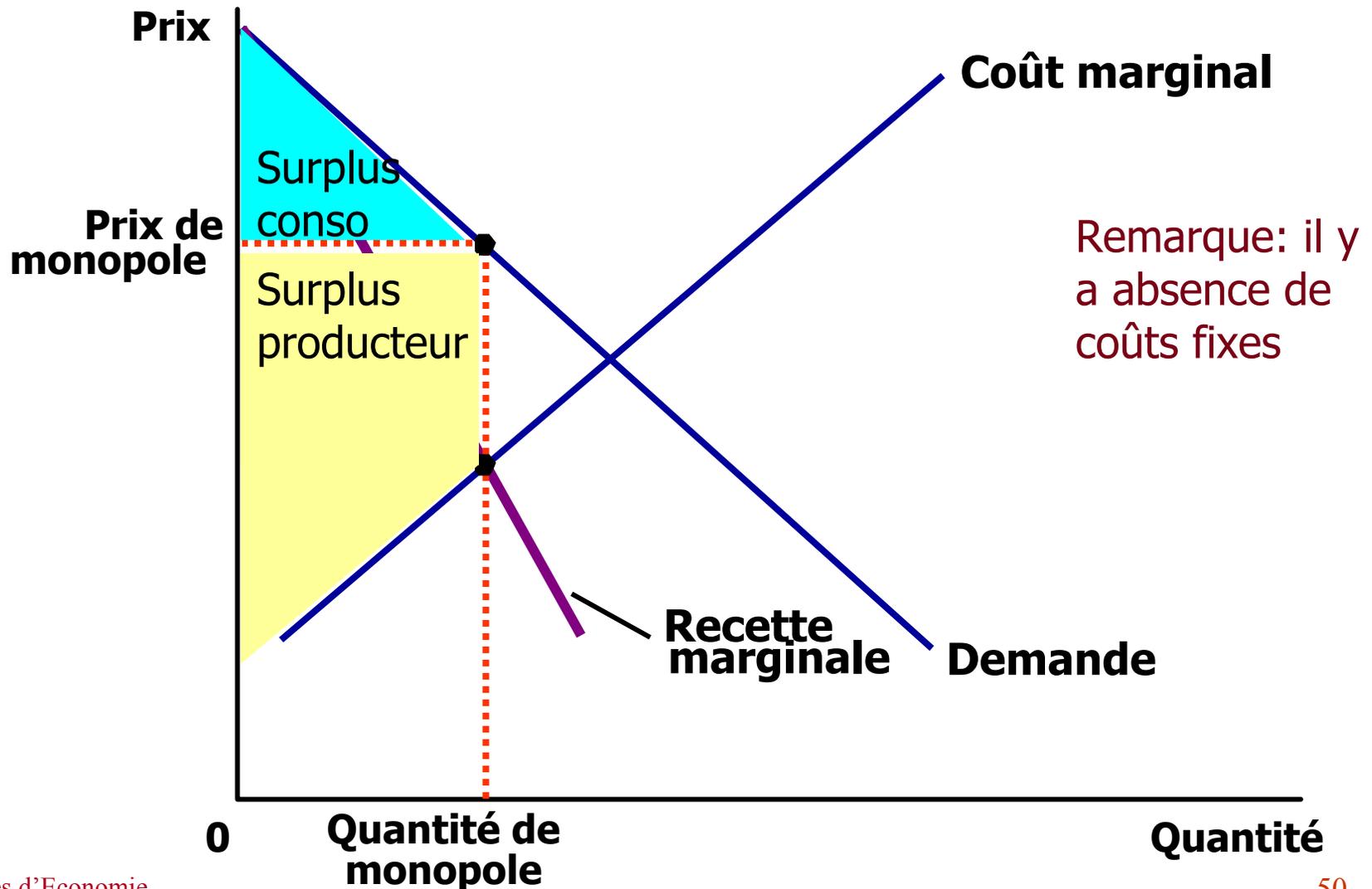
- Pour un monopole, le prix est supérieur au coût marginal

$$P > RM = Cm$$

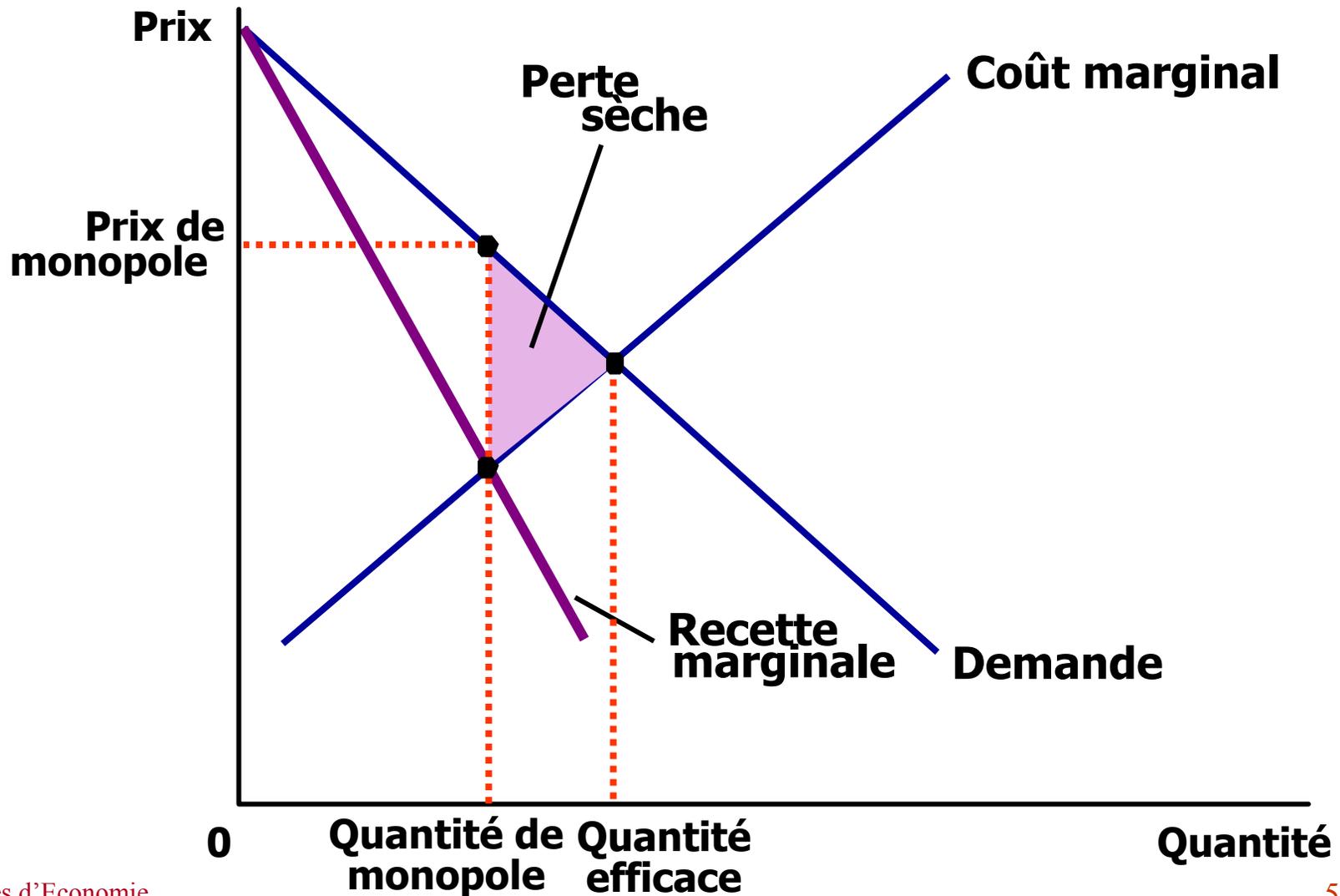
La “perte sèche”

- **Le fonctionnement du marché n’est plus efficace**
- **Le monopole fixe un prix supérieur au coût marginal**
- **Il y a donc un écart entre le consentement à payer et le coût de production**
- **Cet écart implique que la quantité vendue est inférieure à la quantité socialement optimale**
- **On appelle “perte sèche” la diminution du bien-être**

L'inefficacité du monopole



L'inefficacité du monopole



Politique économique

- **Le problème de la perte sèche soulève trois questions**
 - **Les monopoles sont-ils fréquents?**
 - **Comment réguler les monopoles?**
 - **Y a-t-il des arguments en faveur des monopoles?**

La prévalence des monopoles

- **Les monopoles sont-ils fréquents?**
 - **Les monopoles purs sont rares, mais...**
 - **La plupart des entreprises disposent d'un pouvoir de monopole car les biens sont différenciés**

La régulation des monopoles

■ Quatre instruments de politique économique

- **Accroître le degré de concurrence dans les industries monopolistiques**
- **Modifier le comportement des monopoles**
- **Nationaliser les monopoles privés**
- **Ne rien faire**

Deux arguments pour changer d'avis?

- **La régulation des monopoles n'est pas forcément souhaitable**
 - **La notion de marché contestable**
 - **Monopole temporaire et innovation**

La notion de marché contestable

- Un vendeur **unique** ne dispose pas nécessairement d'un pouvoir de monopole si il est sous la menace de concurrents **potentiels**
- Un marché est **contestable** si tout concurrent potentiel peut entrer puis sortir du marché sans coût
 - Lorsque le marché est contestable, le monopole se comporte comme une entreprise concurrentielle

Monopole et innovation

- **L'analyse classique du monopole repose sur une vision statique de la concurrence**
 - **L'innovation est une composante clé de la dynamique concurrentielle**
- **Pourquoi les entreprises innovent-elles?**
 - **Pour acquérir une position de monopole et le super-profit qui lui est associé**
- **Le monopole est donc nécessaire à l'innovation**
 - **C'est l'esprit du système de brevet**