

Séance 4
**De l'idéal-type à la réalité
concurrence**

Plan de la session

Première partie: cours

I.1. Monopole

I.2. Différentiation : innovation et marketing

I.3. Discrimination par les prix

Seconde partie: td

II.1. QCM

II.2. Exercices

Plan de la session

Première partie: cours

I.1. Monopole

I.2. Différentiation : innovation et marketing

I.3. Discrimination par les prix

Seconde partie: td

II.1. QCM

II.2. Exercices

Qu'est ce que la concurrence ?

Définition du Larousse

“Structure d'un marché qui se caractérise par une pluralité d'entreprises en compétition les unes par rapport aux autres pour bénéficier de la préférence des consommateurs”

Un concept plus large en théorie économique

La manière dont les décisions individuelles des acteurs (producteurs/consommateurs) interagissent sur les marchés (ex. la CPP concerne les consommateurs, les producteurs, les produits, l'information, et même la liquidité des capitaux...)

Quel lien avec la CPP

CPP, tout le monde est preneur de prix

- Atomicité* (un gros acteur a un pouvoir de marché)
- Libre entrée* (actions stratégique sur un marché fermé)
- Libre circulation* (nécessaire de fait aux adaptations)
- Homogénéité* (variété différenciée a un pouvoir de marché)
- Information* (stratégie sur informations des autres)

Absence totale d'interaction entre les agents

- Médiation intégrale par le marché
- Actions individuelles en fonction de "l'état du marché"
- Aucune anticipation de sa "dynamique"

Les concurrences imparfaites

Notion intuitive de concurrence

Concurrence stratégique

Interactions avec autres agents (négocier, innover, prix...)

Anticipation des réactions

Jeux stratégiques (non coopératifs)

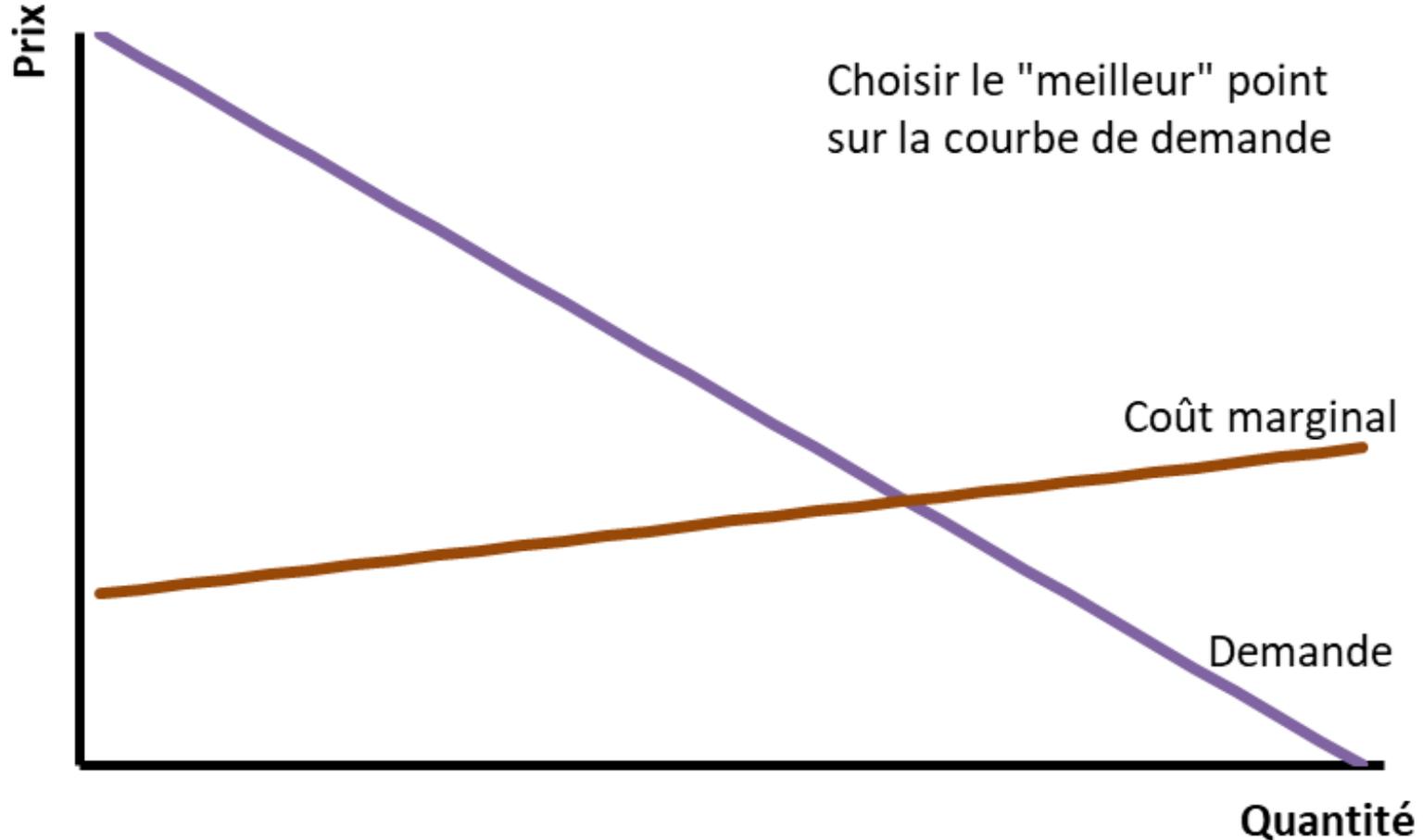
Modèles multiples de concurrence imparfaite

Concurrence en prix, en quantité, en qualité...

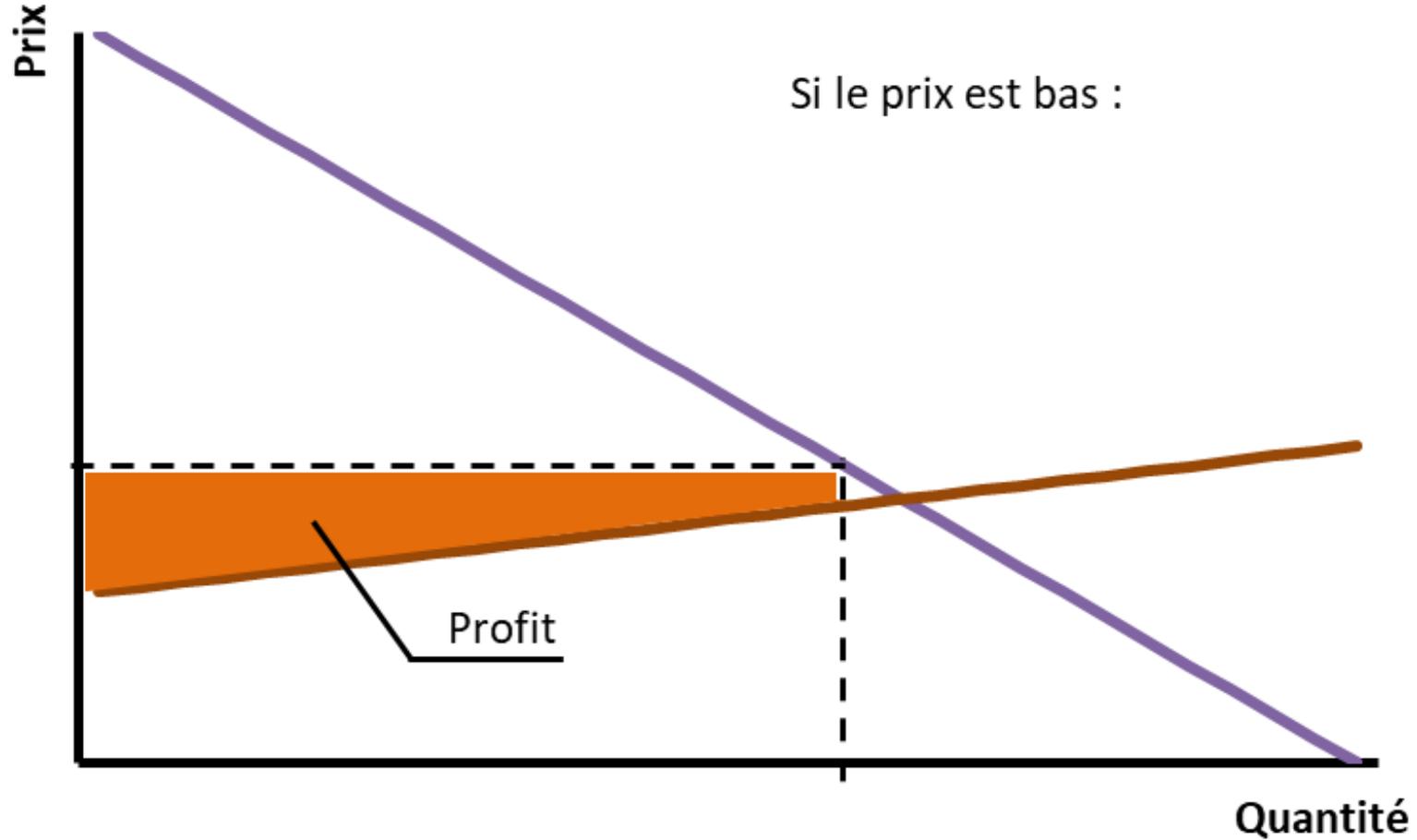
Entente tacite (ou formelle), discrimination

Implications en termes de prix hauts/bas et d'innovation

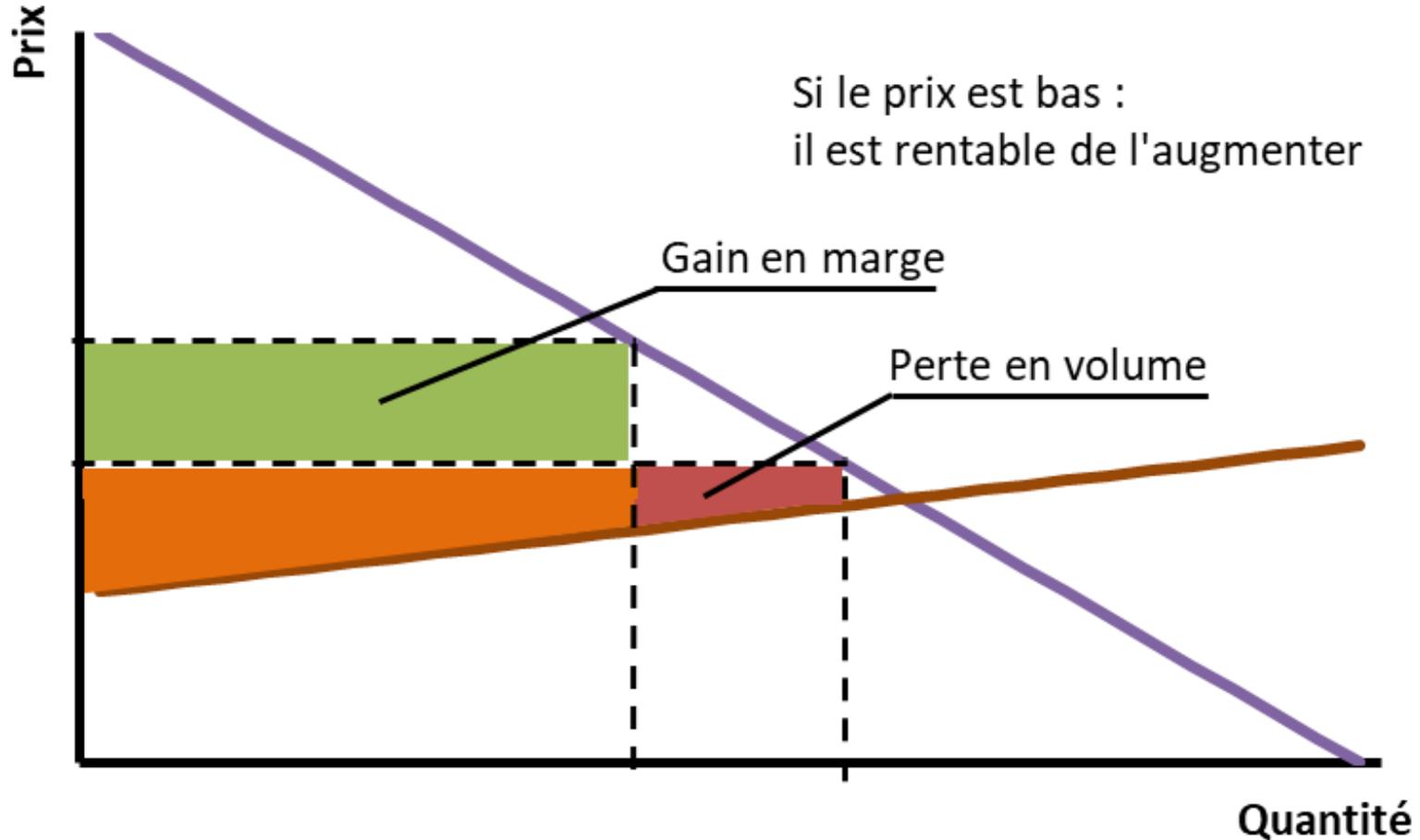
Le problème du monopole



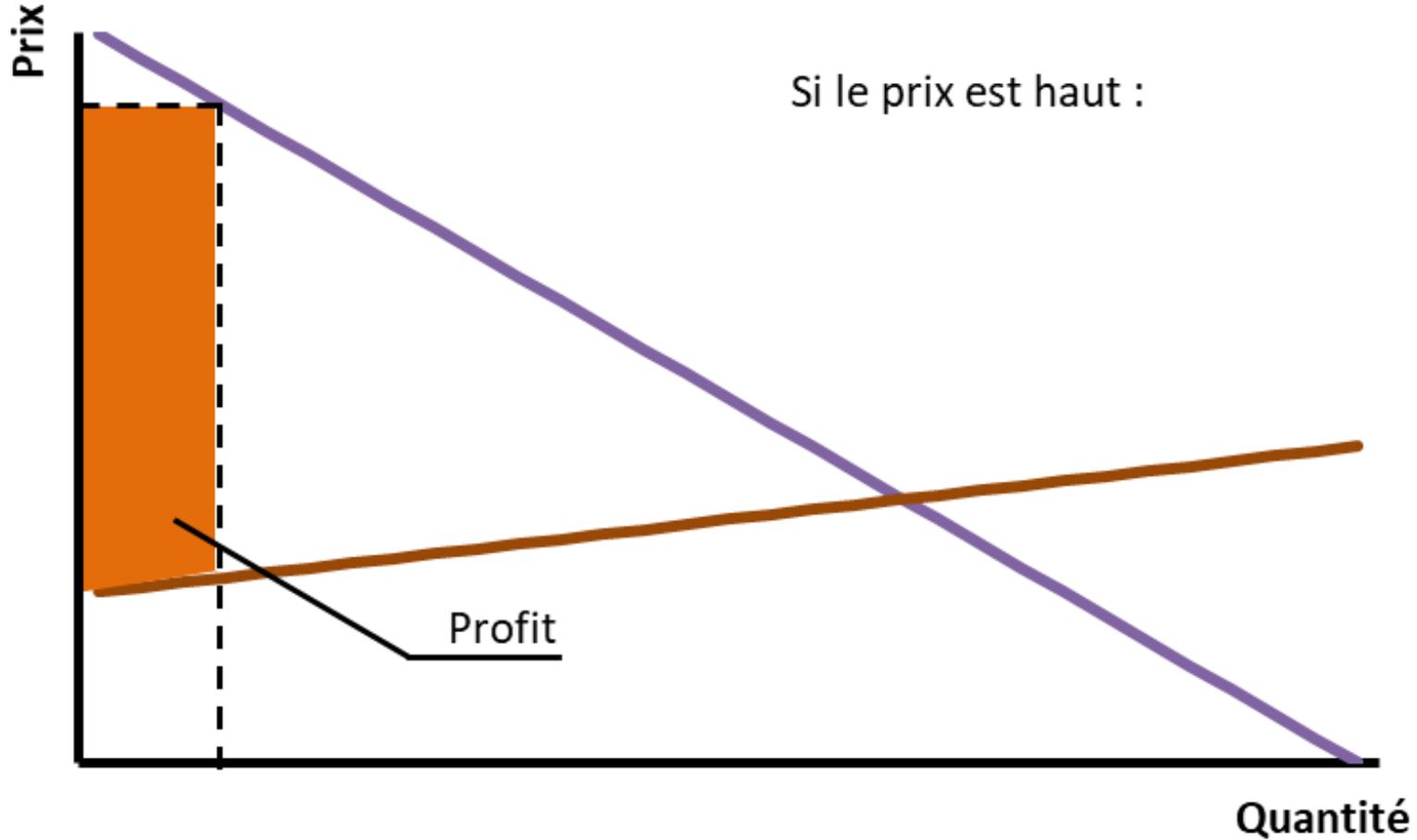
Le problème du monopole



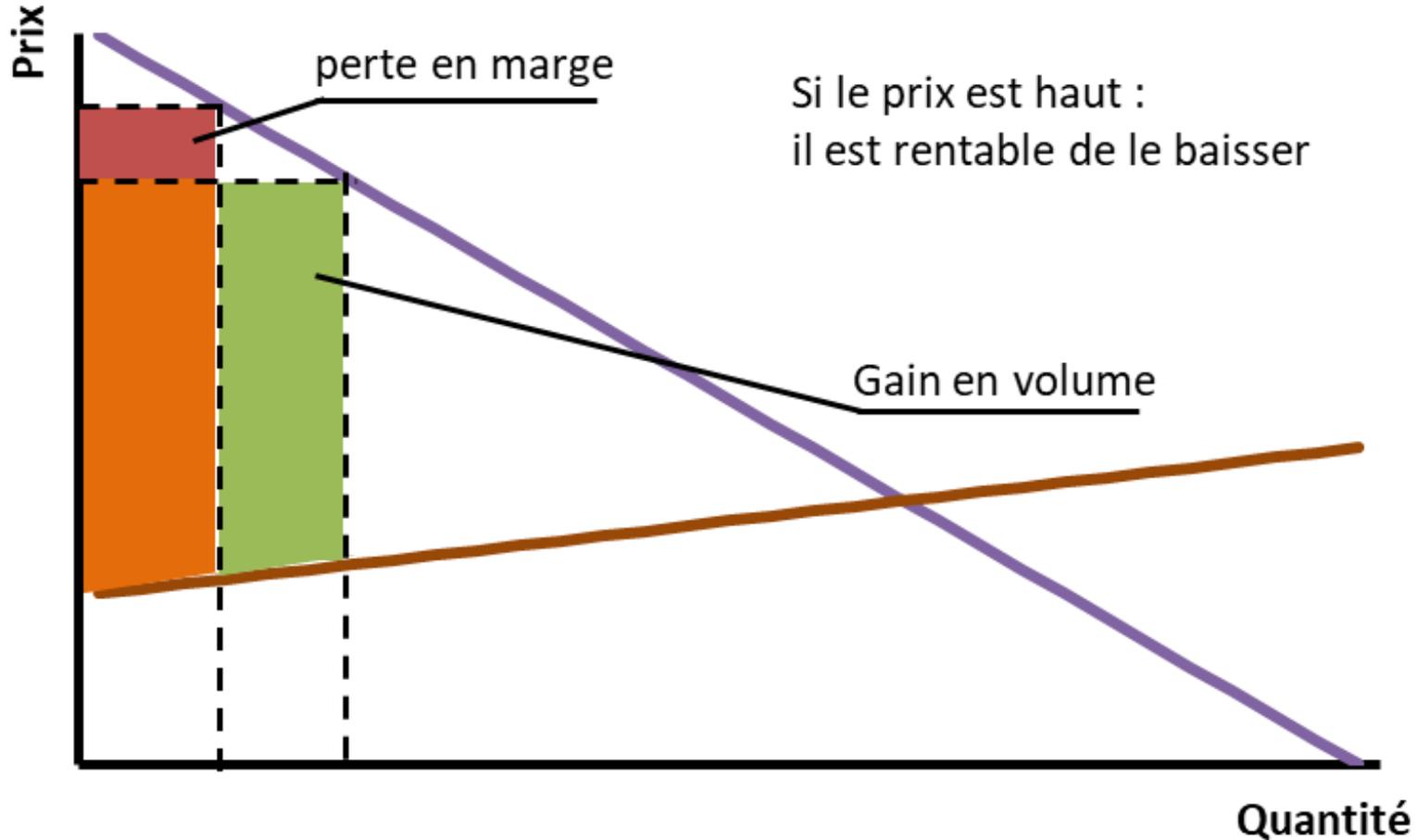
Le problème du monopole



Le problème du monopole



Le problème du monopole



Le problème du monopole

Optimum pour le monopole

Tel qu'on ne peut plus gagner par ni hausse ni baisse de prix
Égalité entre les gains/pertes marginales en volume/marge
Surface rouge = surface verte

Dépend de l'élasticité prix de la demande

Si $\varepsilon_D \uparrow$: effet volume > effet marge \rightarrow prix faible

Si $\varepsilon_D \downarrow$: effet marge > effet volume \rightarrow prix fort

\rightarrow ***Relation inverse entre le taux de marge τ et ε_D***

Calcul à partir du graphique : $\tau = (P - Cm) / P = 1 / |\varepsilon_D|$

$$P = Cm * |\varepsilon_D| / (|\varepsilon_D| - 1)$$

Plan de la session

Première partie: cours

I.1. Monopole

I.2. Différentiation : innovation et marketing

I.3. Discrimination par les prix

Seconde partie: td

II.1. QCM

II.2. Exercices

Entreprises en concurrence

Les entreprises, pas en concurrence parfaite

Si $P \uparrow$ ne perdent pas tous les clients

Si $P \downarrow$ ne récupèrent pas tous les clients du marchés

Pas forcées de vendre à prix donné \rightarrow pas preneuse de prix

Font face à une courbe de demande (comme le monopole)

Principe de la concurrence monopolistique

Même modélisation que pour le monopole

Avec élasticité de substitution ε_S plutôt que élasticité prix ε_D

$$\rightarrow \tau = (P - Cm) / P = 1 / |\varepsilon_S|$$

$$P = Cm * |\varepsilon_S| / (|\varepsilon_S| - 1)$$

Objectif, diminuer ε_s

Se différencier pour baisser la réactivité des clients

Se différencier permet de gagner du pouvoir de marché

Une moindre réactivité des clients au prix

Et donc un taux de marge supérieur

Mais trop se différencier diminue la taille de la niche

La différenciation verticale

Qualité différente (meilleure ou moins bonne)

Pour être seul sur sa gamme → moins de substitutions

La différenciation horizontale

Produits adaptés à certaines préférences

Couleurs, designs, tailles...

Innovation et marketing

Innover pour diminuer la substituabilité du produit

Proposer une meilleure qualité

Proposer un nouveau produit

Ou pour baisser les coûts d'une qualité substituable

Créer une image de marque

Assoie la connaissance de la qualité du produit

→ *interaction avec la différenciation verticale*

Éclaire sur les spécificités du produit

→ *interaction avec la différenciation horizontale*

La visibilité limite la substitution avec les autres produits

Effets de modification des préférences

Plan de la session

Première partie: cours

I.1. Monopole

I.2. Différentiation : innovation et marketing

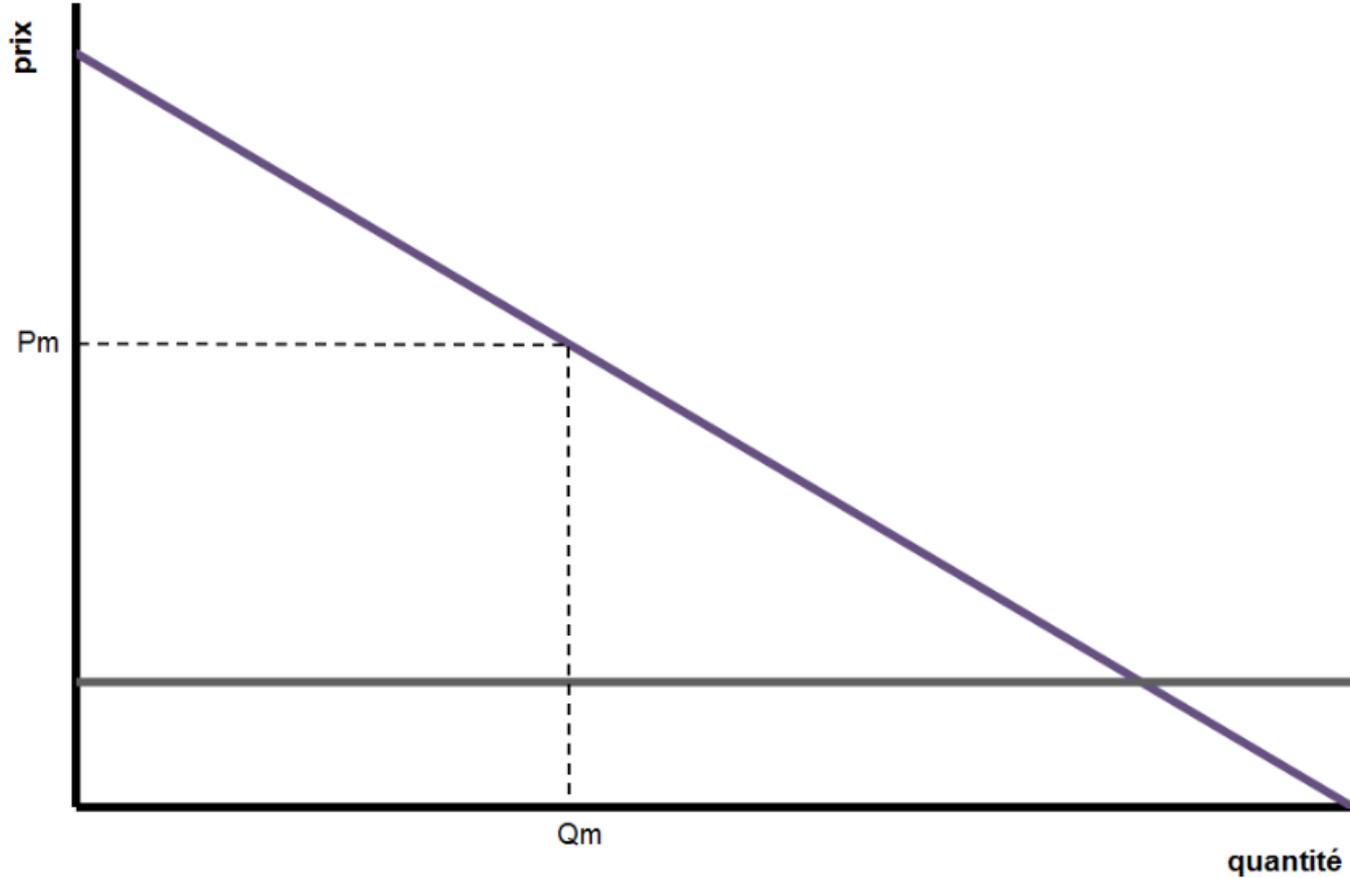
I.3. Discrimination par les prix

Seconde partie: td

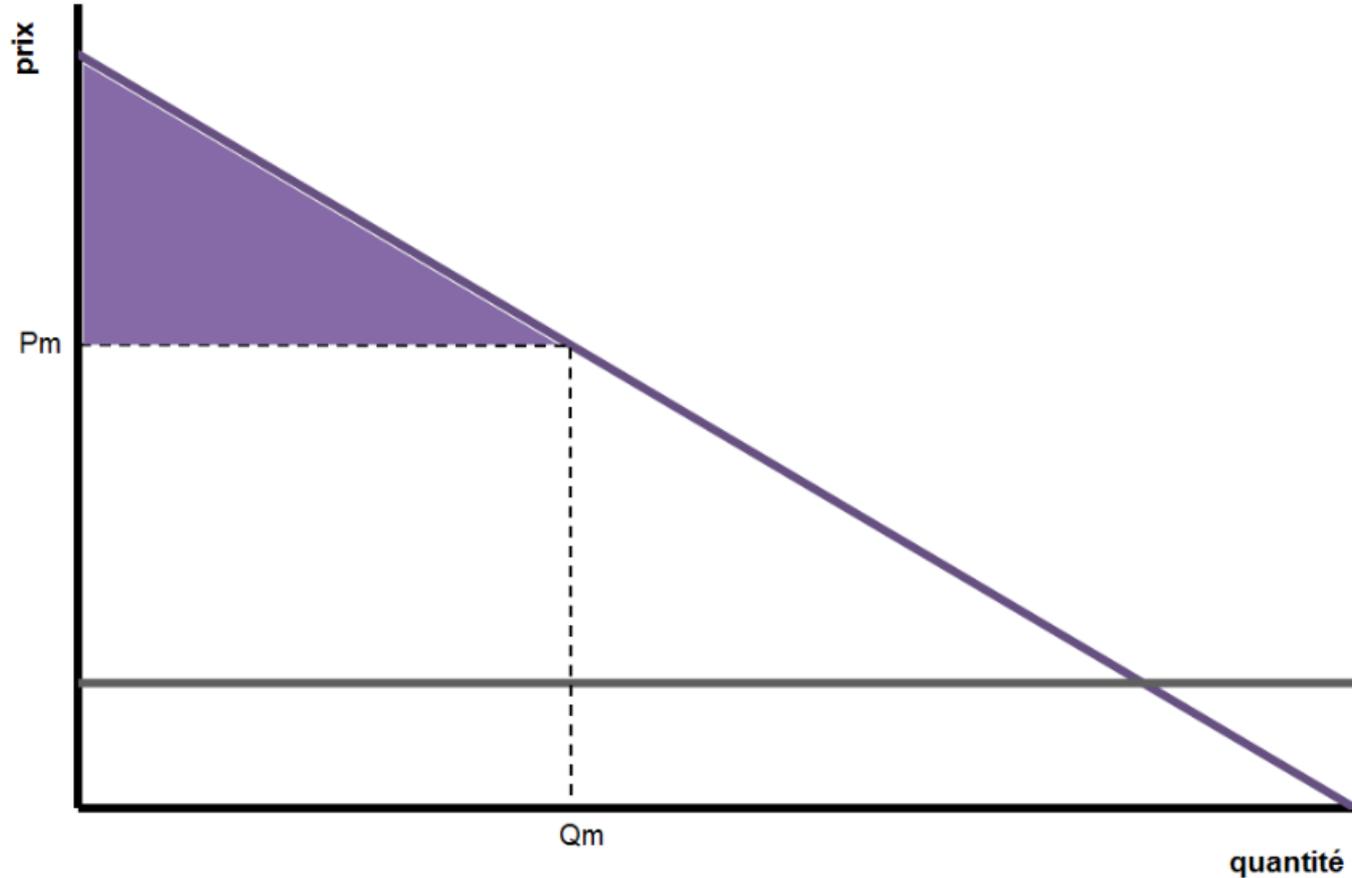
II.1. QCM

II.2. Exercices

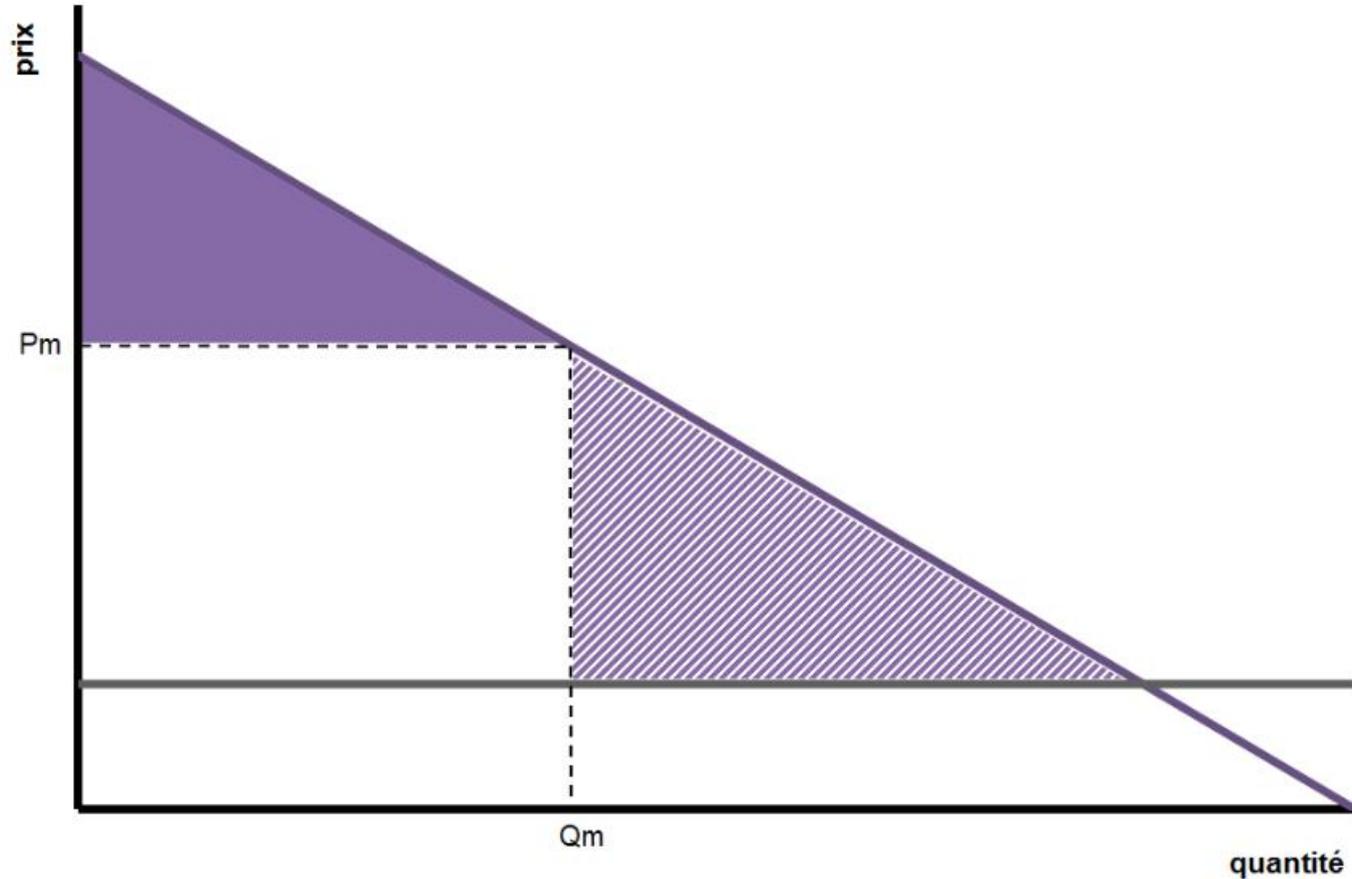
Augmenter encore son profit



Faire payer plus les larges DMP



Sans perdre les faibles DMP



La discrimination parfaite

Définition

“Le monopole fait payer à chaque consommateur pour chacune de ses unités consommées la disposition marginale à consommer du consommateur pour cette unité”

Le profit du monopole est maximal, il capte tout le surplus

Conditions nécessaires

Pouvoir de marché (*price taker* ne peut choisir les prix)

Connaître et reconnaître individuellement les clients

Empêcher la revente (forcer la vente à prix différents)

La discrimination au 1^{er} degré

La discrimination parfaite est impossible

La disposition à payer ne peut pas être connue

Difficulté à imposer individuellement un prix

Problème de multi-consommation, $DMP \searrow$

La discrimination imparfaite au premier degré

Discrimination individualisée mais $P \neq DMP$

Formulaire de santé avant une assurance emprunteur

Principe de la négociation

Marketing digital

La discrimination au 3^{ème} degré

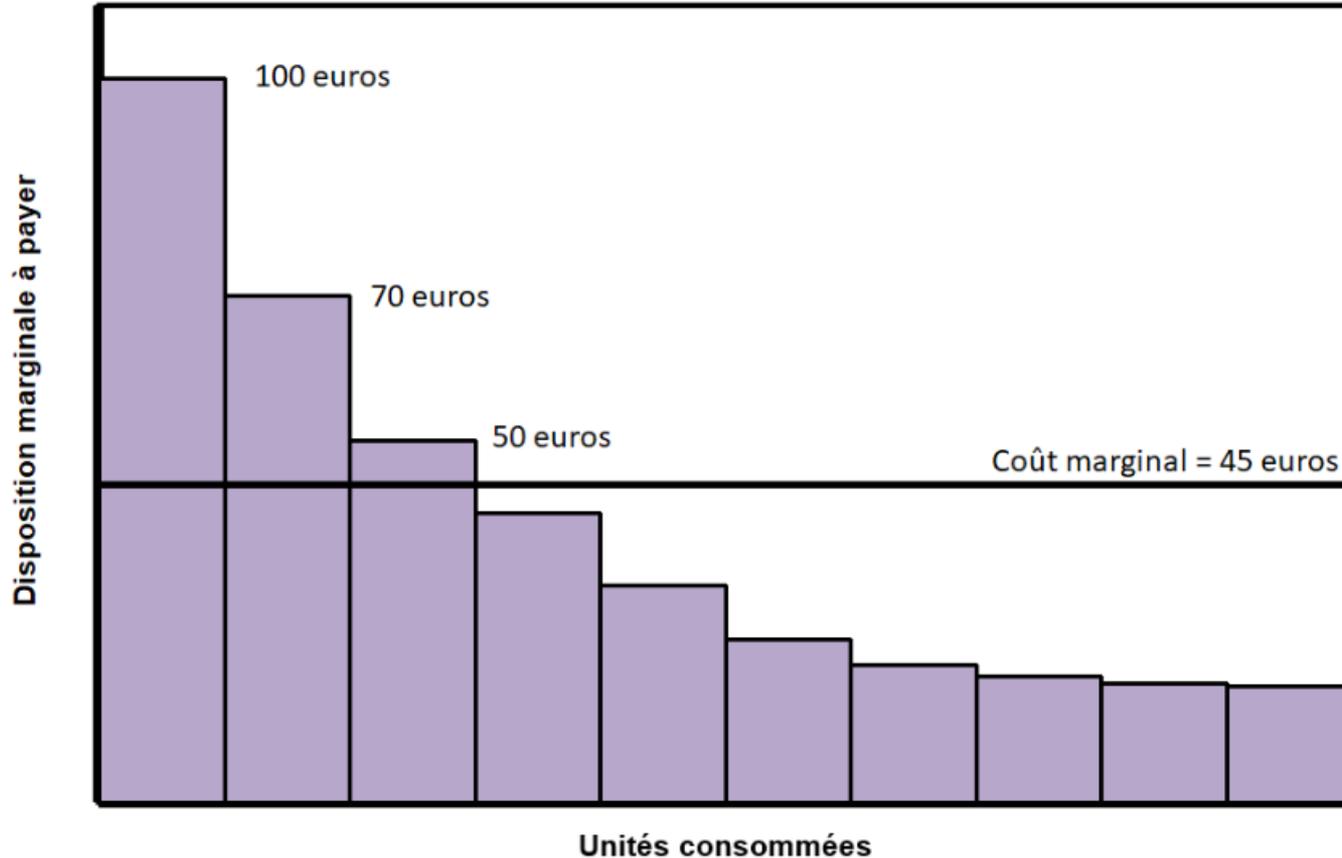
Groupes de consommateurs identifiables

Via des cartes d'étudiants, des considérations d'âge, de sexe
Empêcher la revente : conso immédiate, vente nominative
Ou coût pour opérer une revente (coût réel ou confiance)

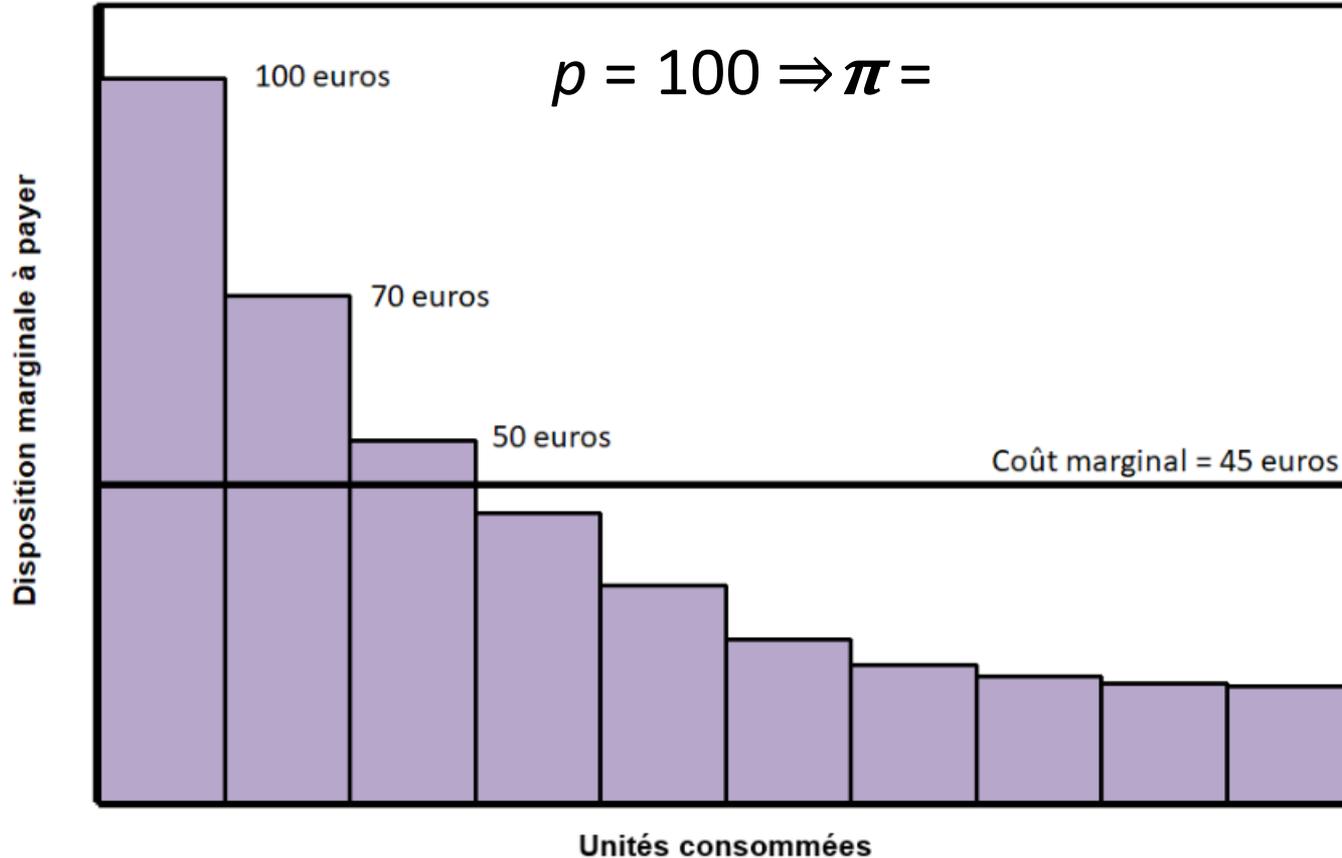
Optimiser le prix sur chaque segment

Tarifification classique du monopole
Décisions indépendantes entre segments
Sauf s'il existe un coût de consommation inter-segment
Exemple des commandes internationales (coût de transport)

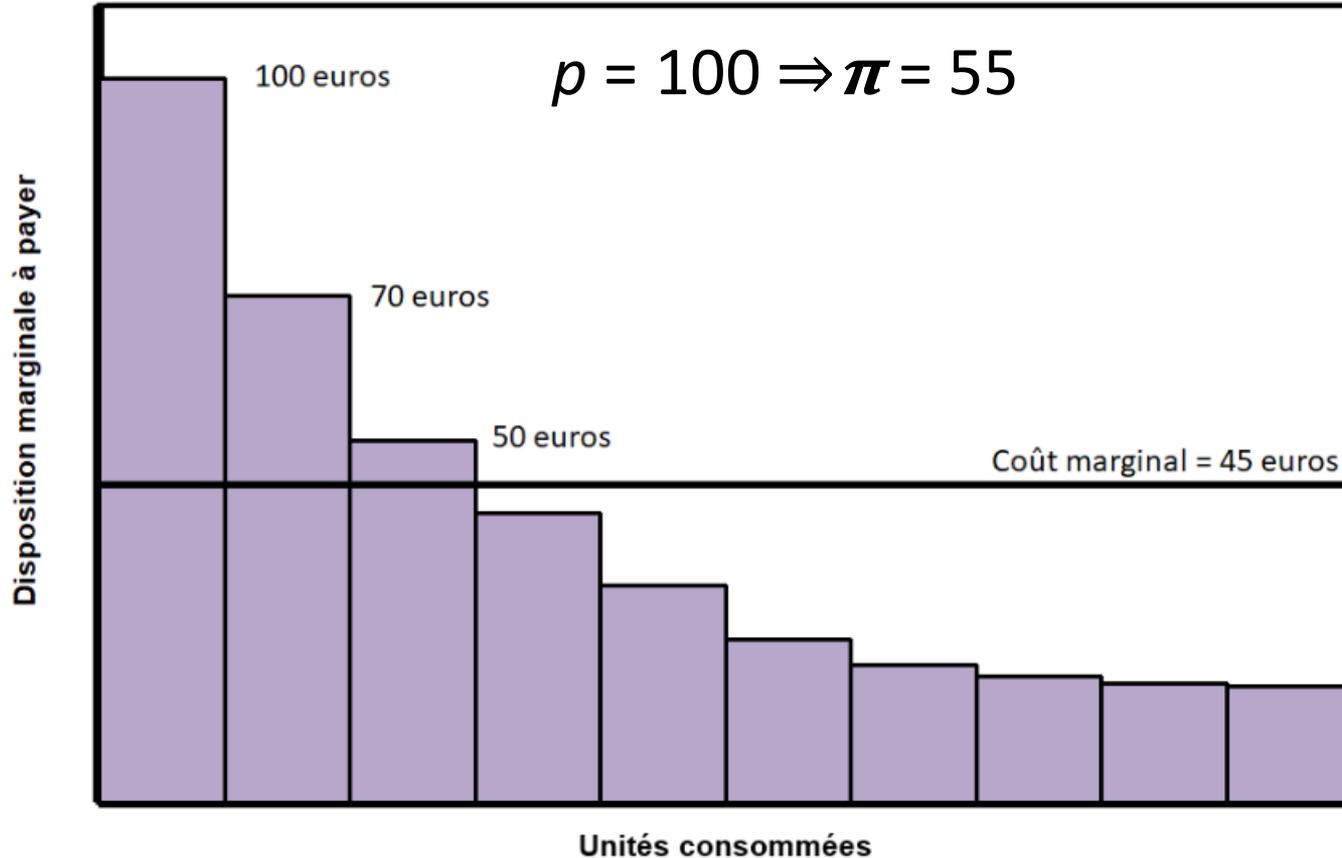
La discrimination au 2^d degré



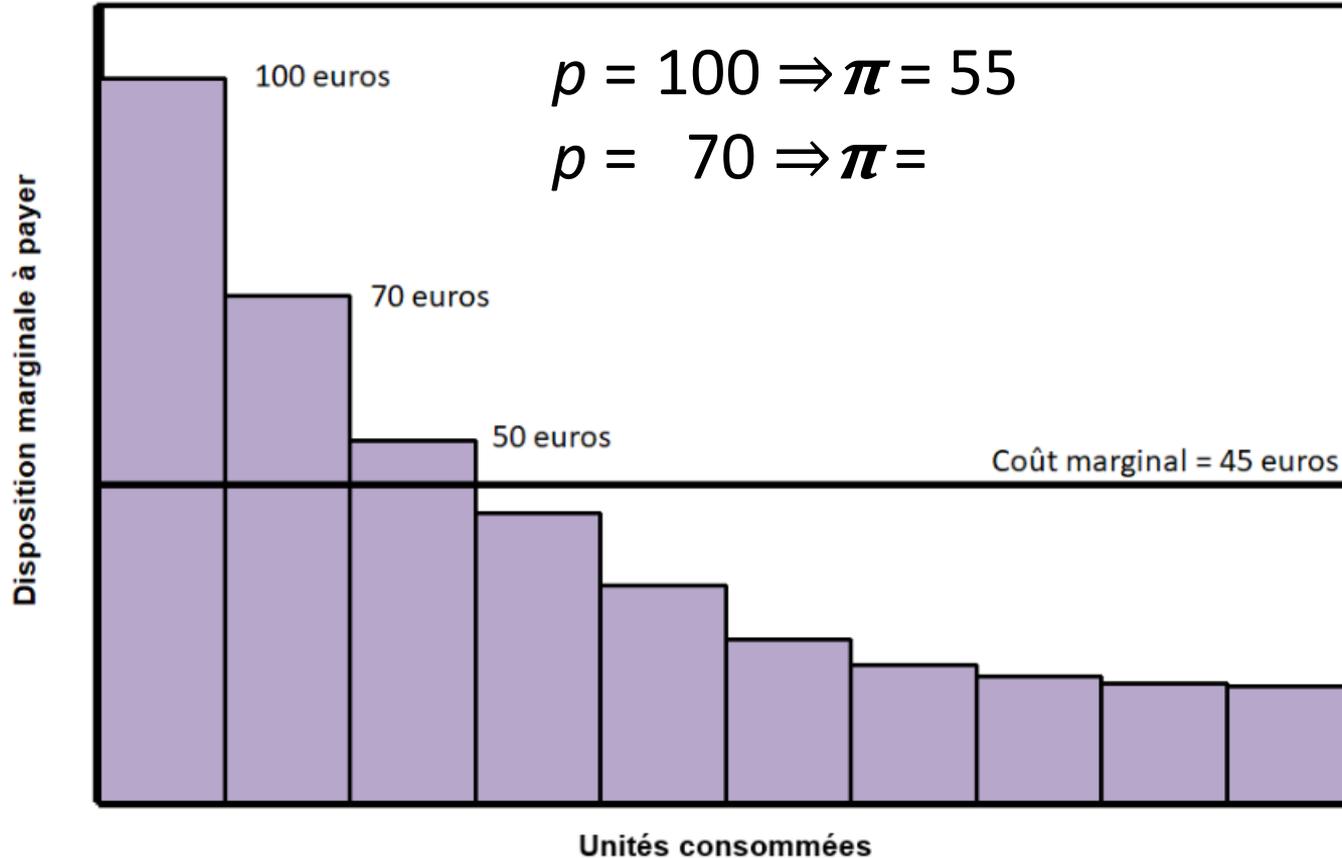
La discrimination au 2^d degré



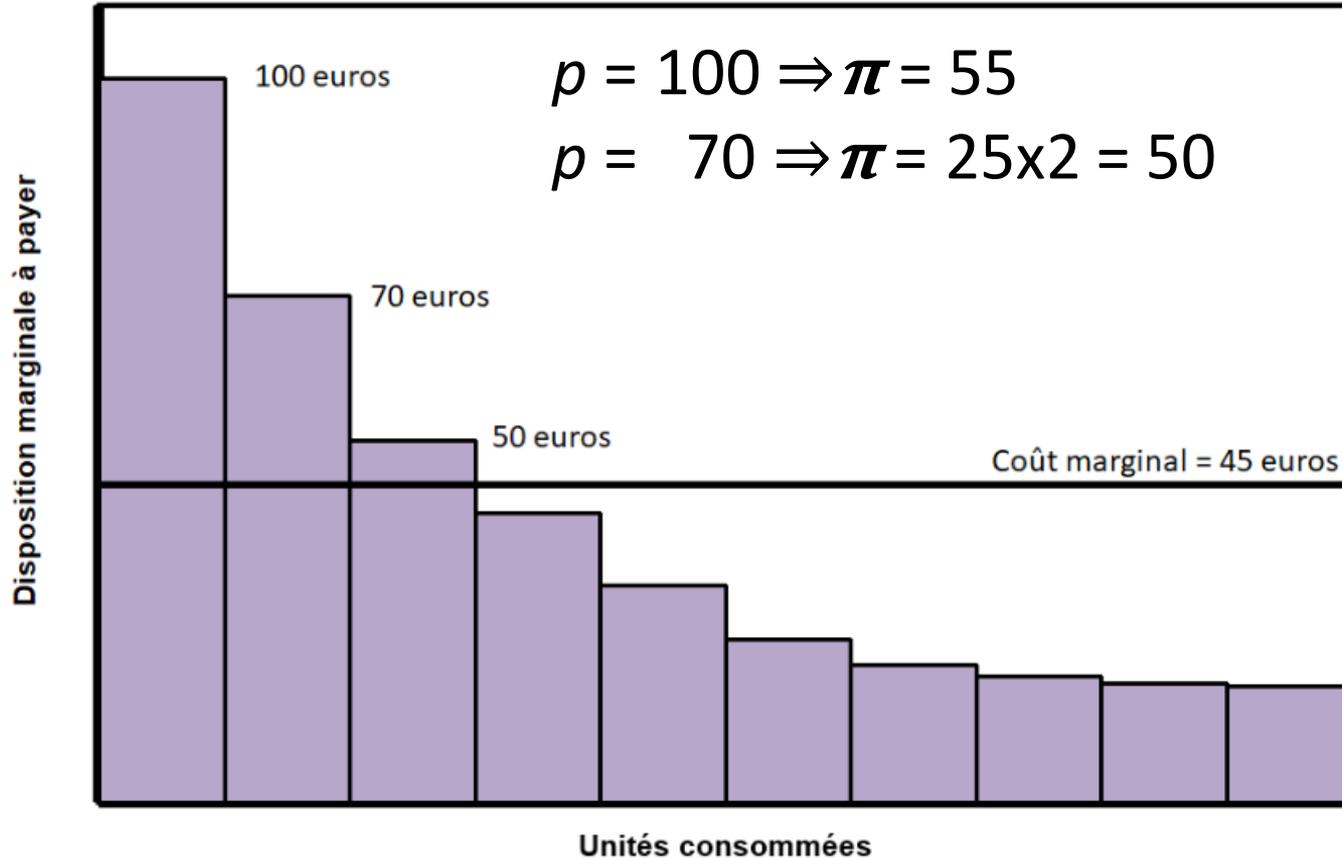
La discrimination au 2^d degré



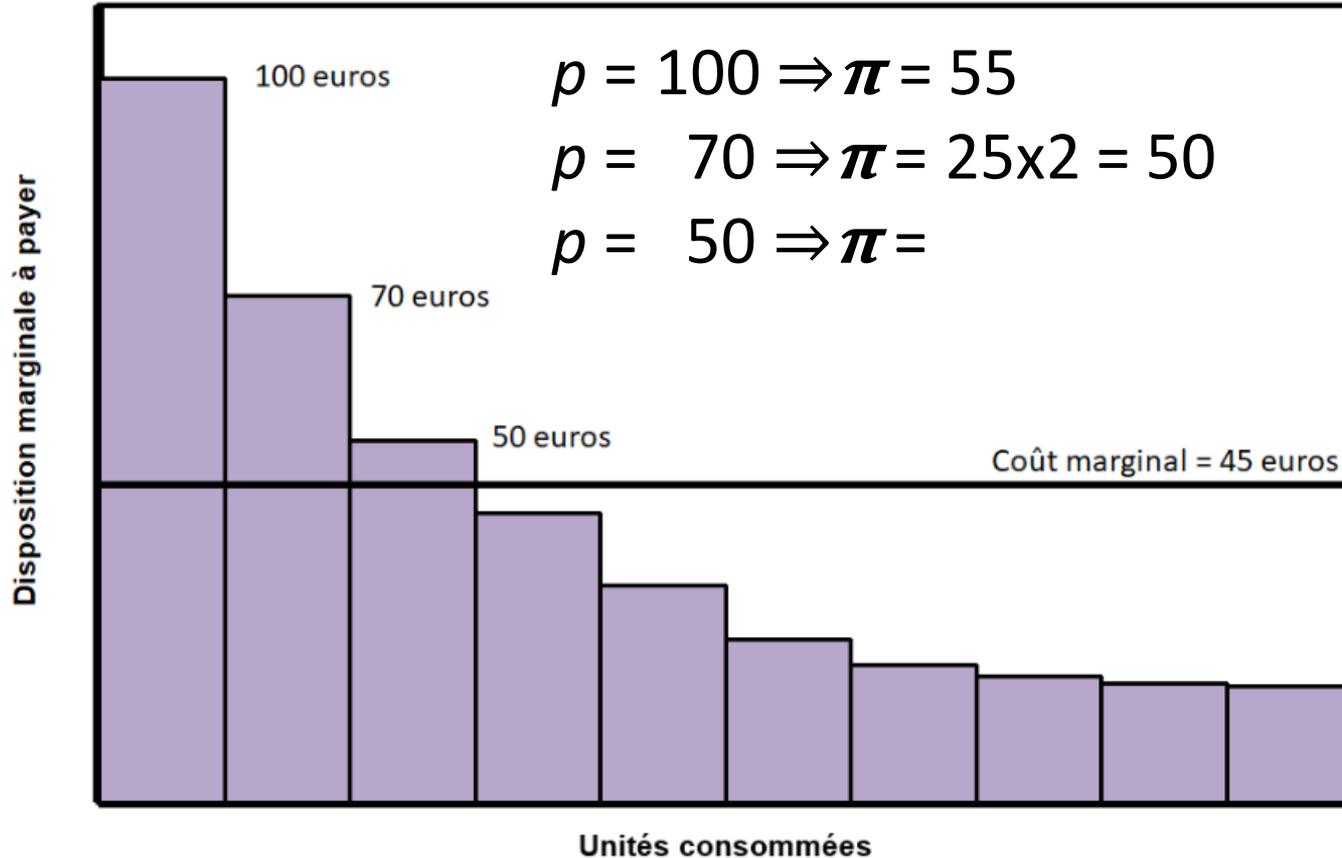
La discrimination au 2^d degré



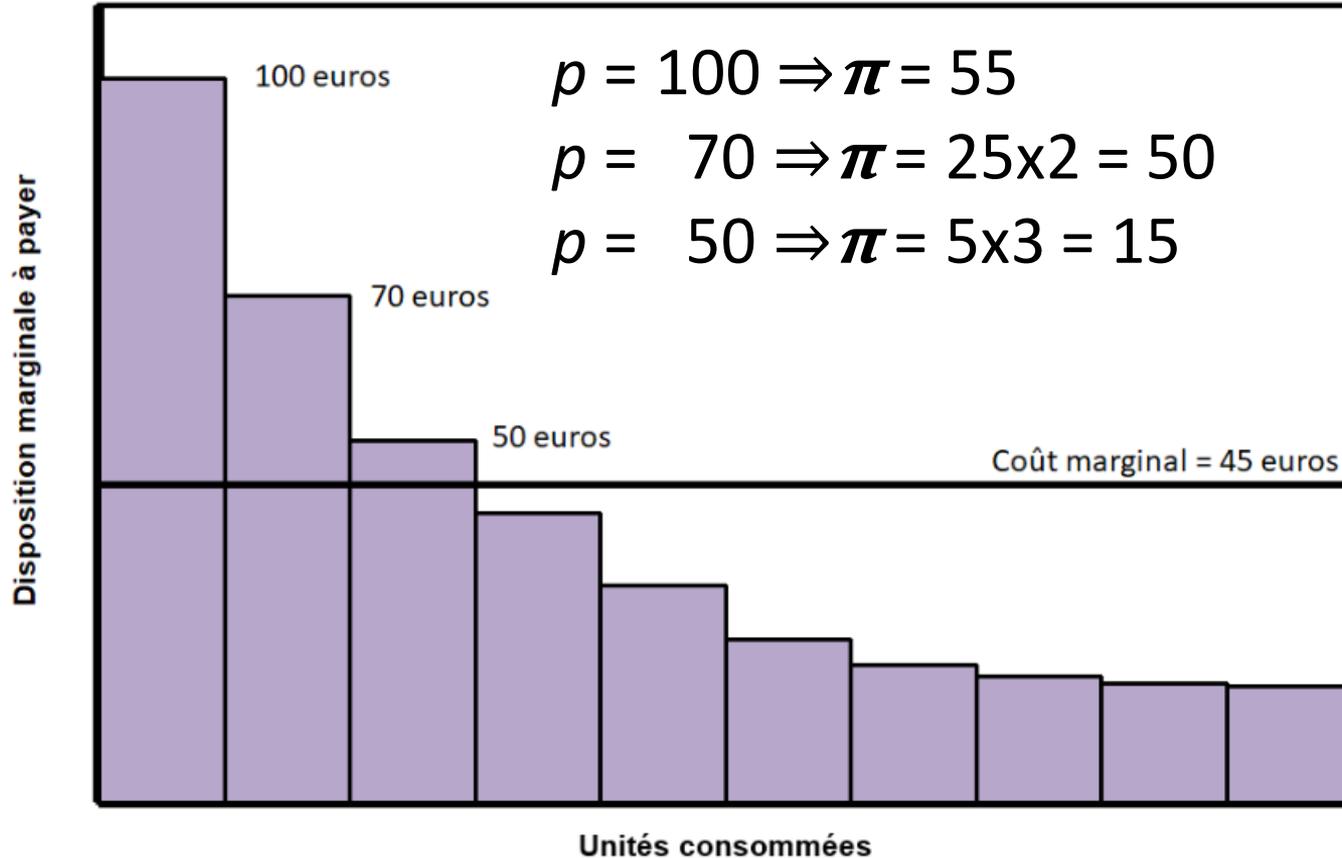
La discrimination au 2^d degré



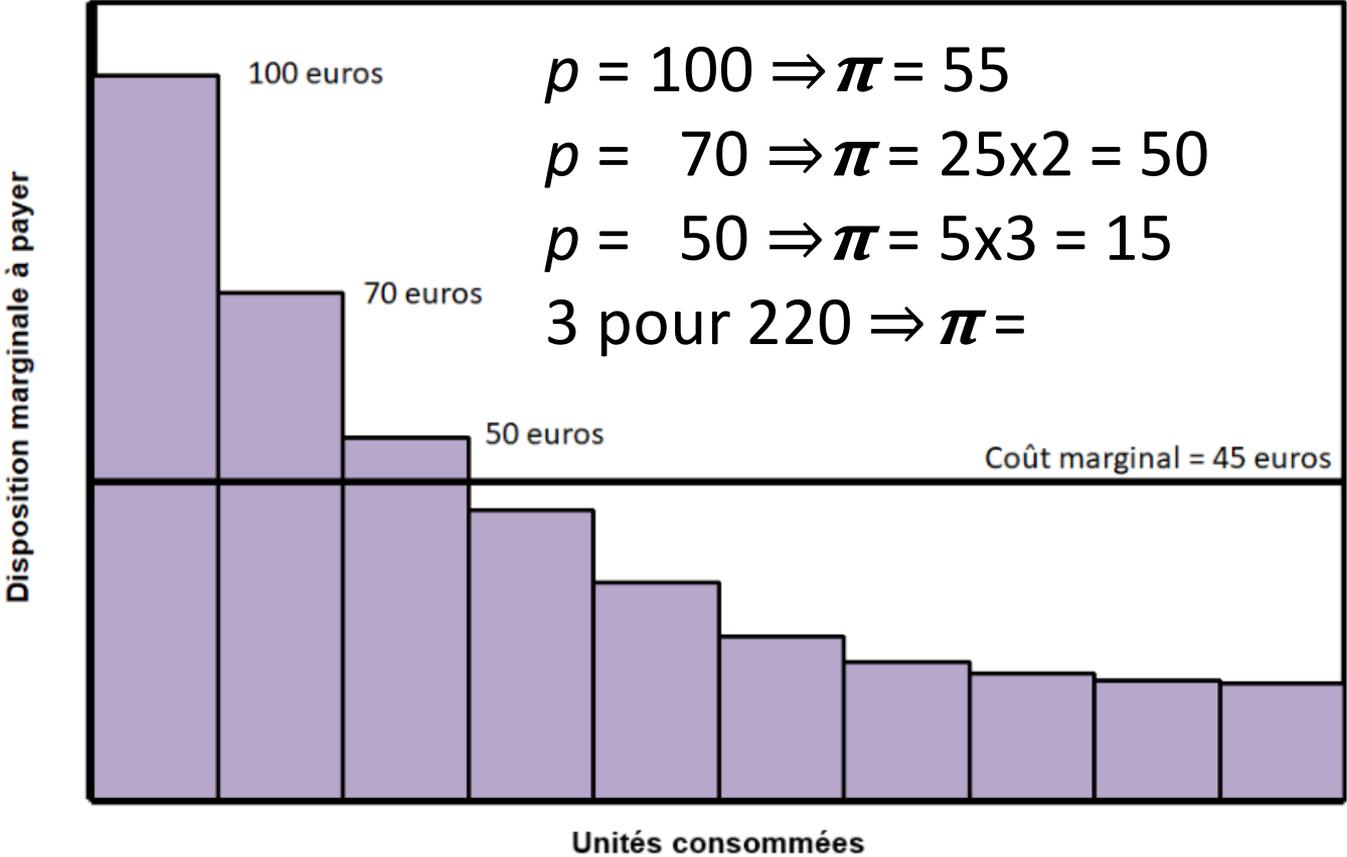
La discrimination au 2^d degré



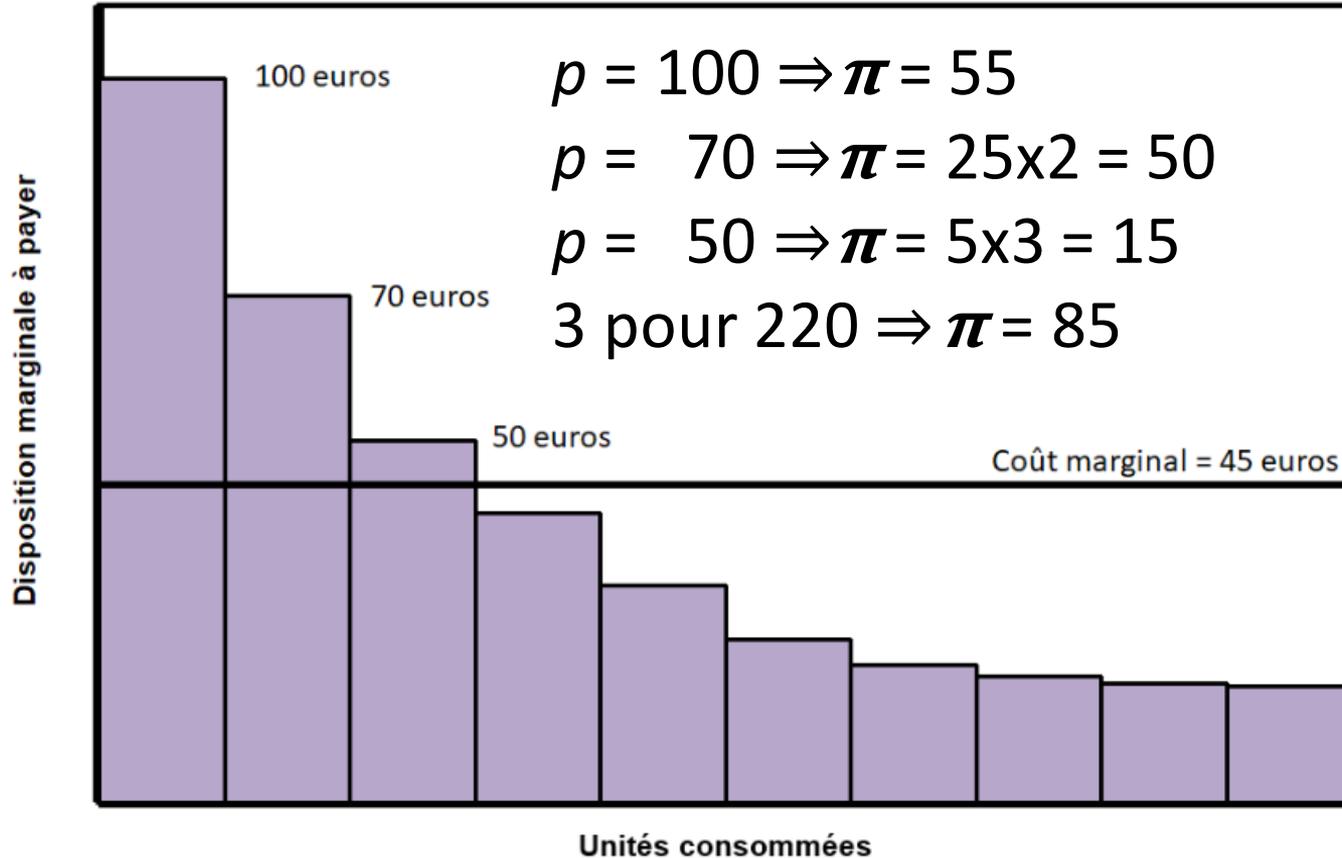
La discrimination au 2^d degré



La discrimination au 2^d degré



La discrimination au 2^d degré



La discrimination au 2^d degré

Moduler les types de produits vendus

Qualité (1^{ère}/2^{de} classe, qualité du produit)

Quantité (vente en gros, au détail, abonnements)

Temporalité (lieu et moment de vente)

Packaging (les rasoirs bleus vs les rasoirs roses)

Adapter le prix aux types de consommateurs

Inciter la grosse DMP à acheter le bien sur-tarifé

Offrir un solution d'achat pour les petites DMP

Lien avec les questions d'hétérogénéité des produits

Interdire les discriminations ?

Interdiction de certaines discriminations

Liées au sexe (exemple de l'assurance auto)

État de santé en assurance maladie (du moins au 1^{er} degré)

Dénonciation (mais non interdiction) de la “taxe rose”

Autorisation de certaines discriminations

Voire incitation : étudiants, famille, chômeurs... (3^{ème} degré)

Assurance auto : accidentologie (1^{er}), cylindrée (2^{ème})

Assurance maladie : âge (3^{ème}), couverture (2nd)

Coiffure : coupe homme/femme (3^{ème})

Transport : classes (2nd), horaire (2nd)

Une forme de redistribution

Gains et pertes à la discrimination

Les producteurs gagnent toujours (sinon ne feraient pas)

Consommateurs : fortes *DMP* perdent, faibles *DMP* gagnent

Une redistribution depuis certains consommateurs (*DMP* ↑)

Vers les autres consommateurs (*DMP* ↓) et les producteurs

Volonté publique d'autoriser ou interdire

Selon gagnants/perdants et préférences redistributives

Cas étudiants / familles / chômeurs : volonté de les aider

Assurance maladie et état de santé : plus malade ⇒ *DMP* ↗

Plan de la session

Première partie: cours

I.1. Monopole

I.2. Différentiation : innovation et marketing

I.3. Discrimination par les prix

Seconde partie: td

II.1. QCM

II.2. Exercices

Question 1

Le prix qui maximise le profit du monopole est

- Proportionnel à l'élasticité de la demande
- Indépendant de l'élasticité de la demande
- Inversement proportionnel à l'élasticité de la demande

Question 2

On s'attend à ce que l'élasticité soit supérieure (plus négative) pour un type de produit que pour une variété spécifique de celui-ci (une marque par exemple).

- Vrai
- Faux

Question 3

On s'attend à ce que l'élasticité prix de la demande d'essence automobile soit plus forte (plus négative) à Saint-Denis qu'à Baron dans l'Oise.

- Vrai
- Faux

Question 4

Un cinéma qui aurait la possibilité de remplir sa salle en faisant payer un prix d'entrée de 7 € ne peut pas avoir d'intérêt financier à proposer un tarif étudiant strictement inférieur à 7 €.

- Vrai
- Faux

Plan de la session

Première partie: cours

I.1. Monopole

I.2. Différentiation : innovation et marketing

I.3. Discrimination par les prix

Seconde partie: td

II.1. QCM

II.2. Exercices

Exercice 1

Un monopole propose un bien, de qualité stable, lui coûtant à produire 100 € par unité en plus d'un coût fixe initial de 100 000 € pour mettre en place les installations nécessaires à la production ($C = 100\,000 + 100.Q$, où C représente le coût total de production et Q la quantité produite). La demande est telle que si le bien est gratuit, 1 000 000 de clients voudront une unité, mais que la demande se réduit de 1 000 unités chaque fois que le prix augmente de 1 € ($D = 1\,000\,000 - 1\,000 P$, où D représente le nombre d'unités achetées et P le prix unitaire de vente).

Exercice 1

- i.* Calculer la demande inverse, c'est à dire le prix $P(Q)$ maximum auquel le monopole peut écouler une production Q (donner ce prix en fonction de la quantité Q).
- ii.* Supposons que le monopole envisage de vendre une quantité Q au prix maximum $P(Q)$. Quelle serait la variation $Rm(Q)$ des recettes du monopole s'il décidait de produire une unité en plus (et subirait la baisse de prix maximum correspondante) ?
- iii.* En déduire la quantité Q^M qui maximise le profit du monopole, ainsi que le prix de vente P^M ?
- iv.* Calculer l'élasticité de la demande pour ce niveau de prix et vérifier la relation entre cette élasticité et le taux de marge du monopole.

Exercice 1

i. Calculer la demande inverse, c'est à dire le prix $P(Q)$ maximum auquel le monopole peut écouler une production Q (donner ce prix en fonction de la quantité Q).

$$D = 1\,000\,000 - 1\,000 P$$

Exercice 1

i. Calculer la demande inverse, c'est à dire le prix $P(Q)$ maximum auquel le monopole peut écouler une production Q (donner ce prix en fonction de la quantité Q).

$$D = 1\,000\,000 - 1\,000 P$$

$$P = 1\,000 - Q/1\,000$$

Exercice 1

ii. Supposons que le monopole envisage de vendre une quantité Q au prix maximum $P(Q)$. Quelle serait la variation $Rm(Q)$ des recettes du monopole s'il décidait de produire une unité en plus (et subissait la baisse de prix maximum correspondante) ?

Exercice 1

ii. Supposons que le monopole envisage de vendre une quantité Q au prix maximum $P(Q)$. Quelle serait la variation $Rm(Q)$ des recettes du monopole s'il décidait de produire une unité en plus (et subirait la baisse de prix maximum correspondante) ?

$$Rm(Q) = 1\,000 - Q/500$$

Exercice 1

iii. En déduire la quantité Q^M qui maximise le profit du monopole, ainsi que le prix de vente P^M ?

Exercice 1

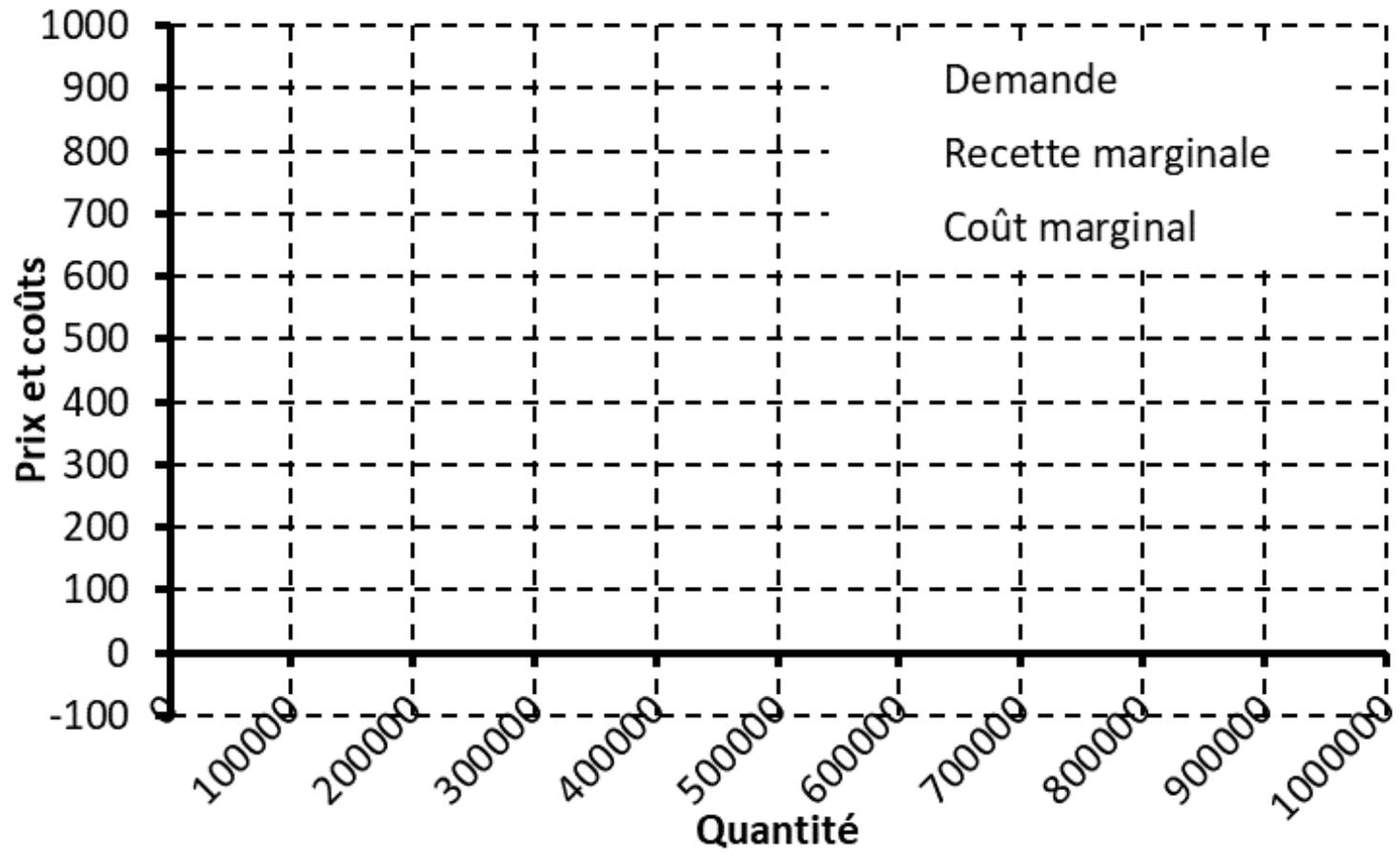
iii. En déduire la quantité Q^M qui maximise le profit du monopole, ainsi que le prix de vente P^M ?

Le coût marginal est 100

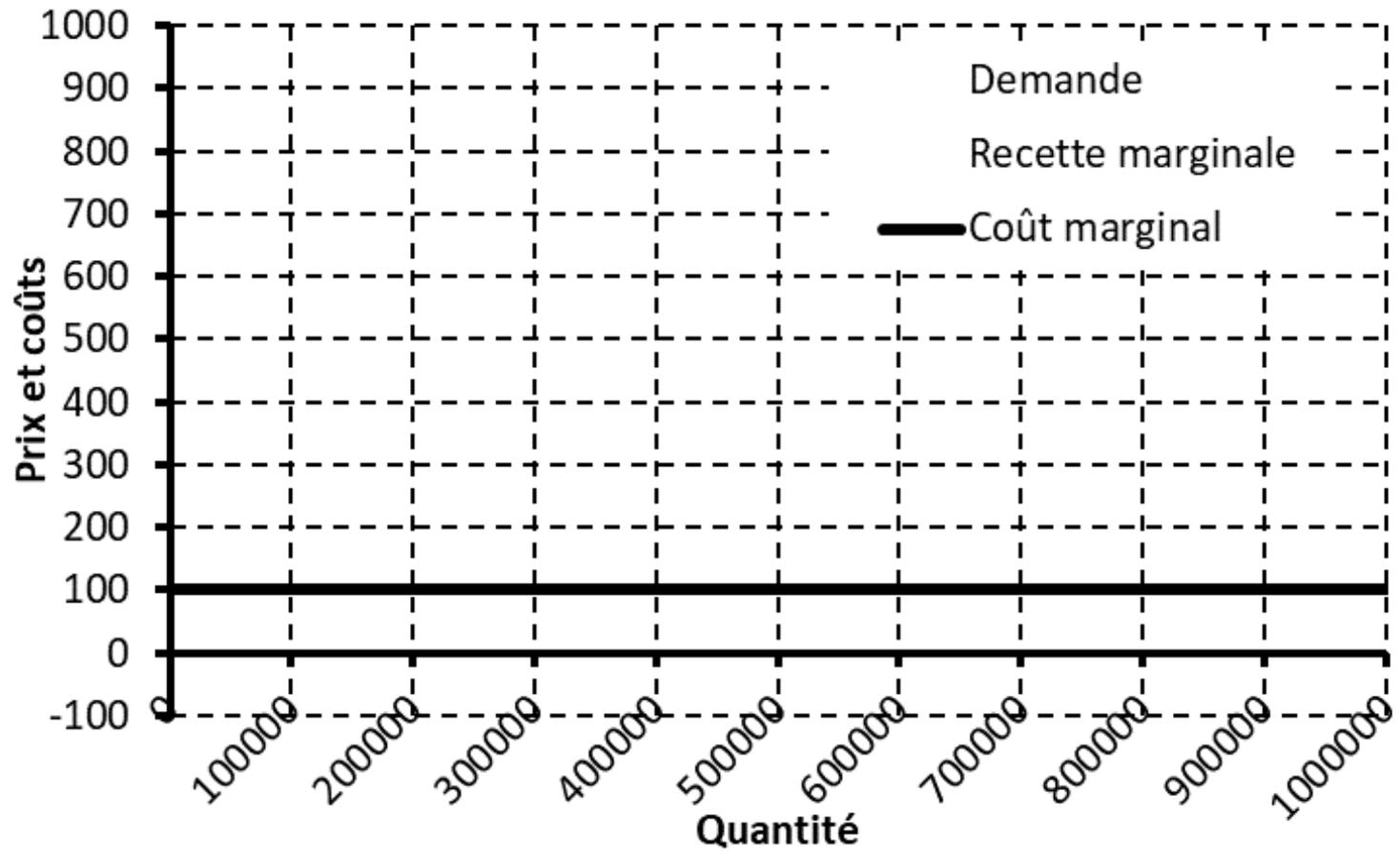
Q^M tel que $1\,000 - Q^M/500 = 100$, soit $Q^M = 450\,000$

$P^M = 1\,000 - Q^M/1\,000 = 550$

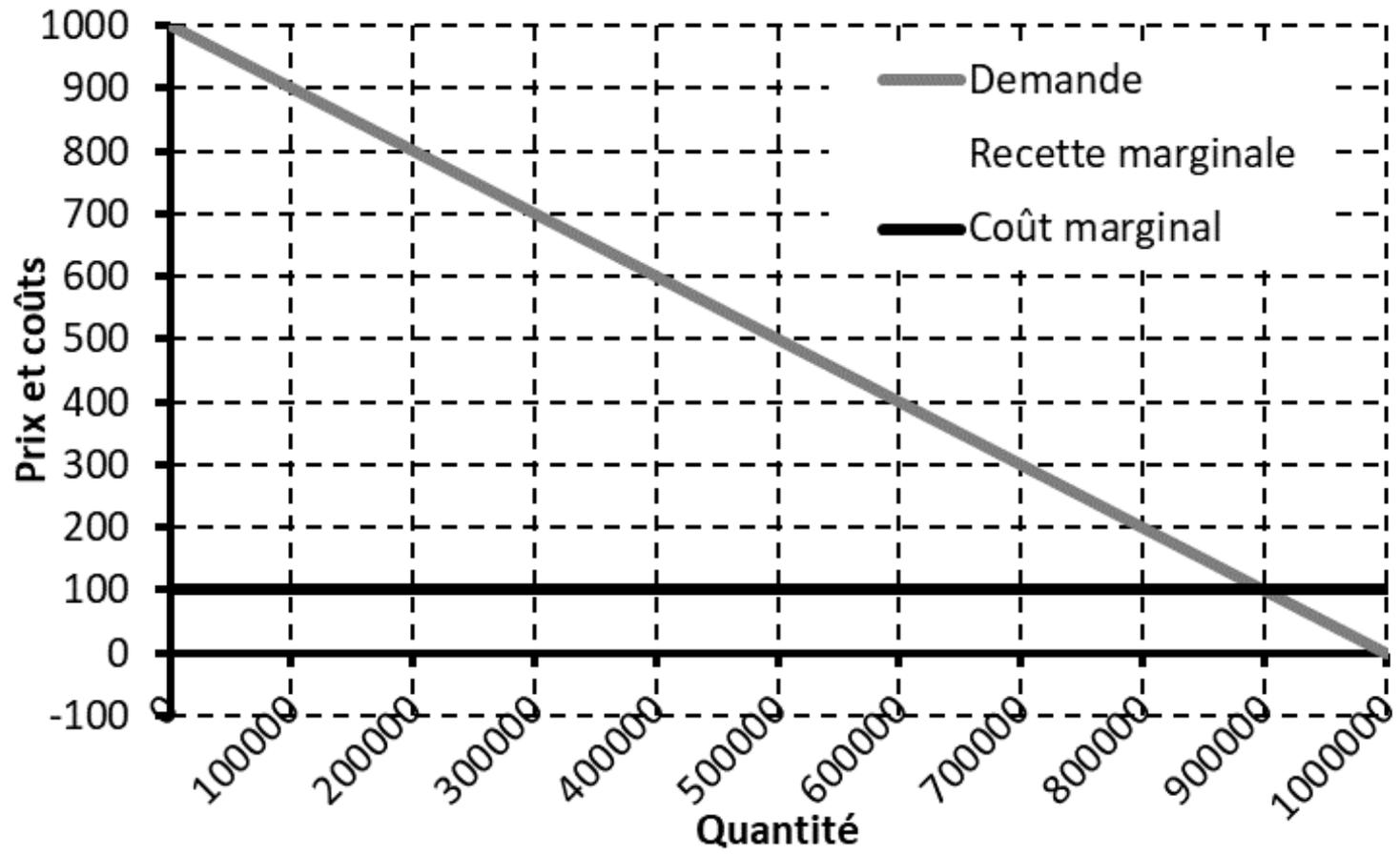
Exercice 1



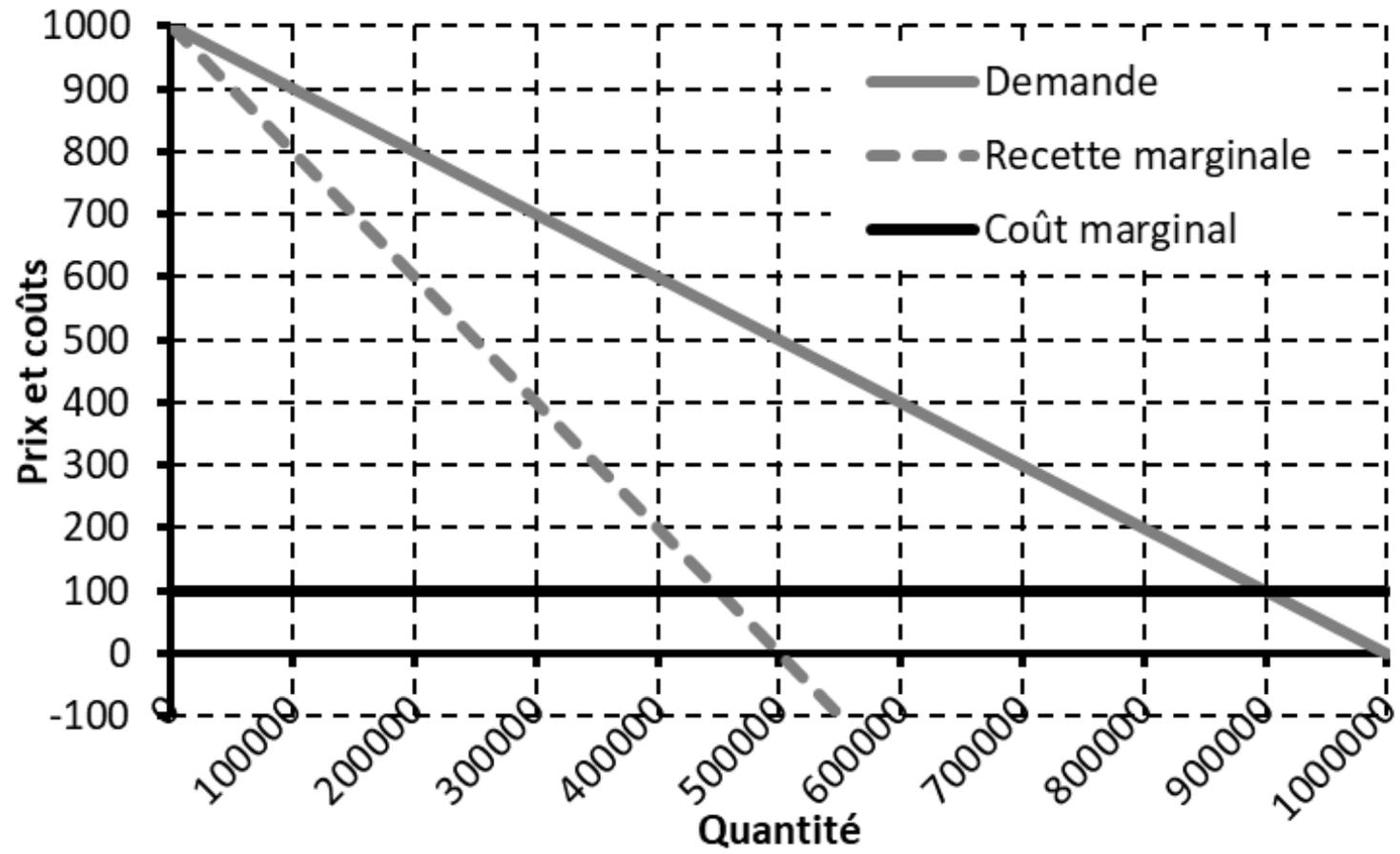
Exercice 1



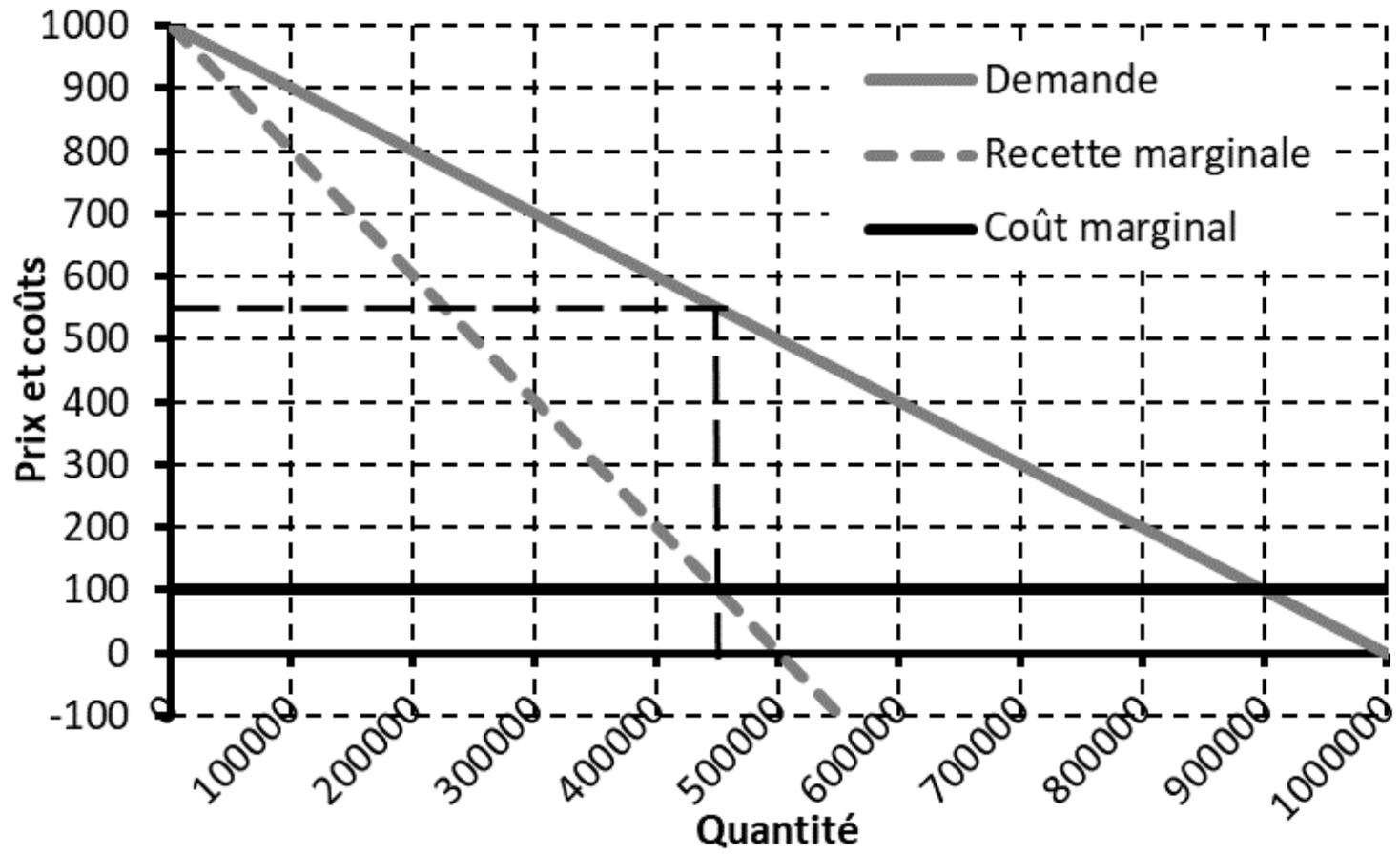
Exercice 1



Exercice 1



Exercice 1



Exercice 1

iv. Calculer l'élasticité de la demande pour ce niveau de prix et vérifier la relation entre cette élasticité et le taux de marge du monopole.

Exercice 1

iv. Calculer l'élasticité de la demande pour ce niveau de prix et vérifier la relation entre cette élasticité et le taux de marge du monopole.

$$\varepsilon^D = (P/Q) \cdot (dQ/dP) = - 550 / 450 (\approx -1,2)$$

$$\text{Taux de marge} = (P - Cm)/P = 450 / 550 = 1/|\varepsilon^D|$$

Exercice 2

Considérons le cas de *Netflix* avant l'entrée de ses concurrents (*Amazon prime vidéo*, *Apple TV*, *Disney +*), c'est à dire à l'époque où elle était en monopole.

i. Après deux ans de fonctionnement, *Netflix* signe un contrat (300 millions de dollars par ans) avec une compagnie de production hollywoodienne pour obtenir l'intégralité de leurs films en exclusivité six mois après leur sortie. Discuter la manière dont ce contrat peut modifier la politique tarifaire de *Netflix*.

ii. Les trois concurrents susmentionnés entrent finalement sur le marché. Discuter l'impact que cela peut avoir sur la politique tarifaire de *Netflix*. Peut-on formellement exclure que cette entrée conduise à une hausse des prix ?

Exercice 3

Un monopole propose un bien, de qualité stable, lui coûtant à produire 200 € par unité en plus d'un coût fixe initial de 500 000 € pour mettre en place les installations nécessaires à la production ($C = 500\,000 + 200.Q$, où C représente le coût total de production et Q la quantité produite). La demande est telle que si le bien est gratuit, 700 000 clients voudront une unité, mais que la demande se réduit de 500 unités chaque fois que le prix augmente de 1 € ($D = 700\,000 - 500 P$, où D représente le nombre d'unités achetées et P le prix unitaire de vente).

Exercice 3

- i.* Calculer la demande inverse, c'est à dire le prix $P(Q)$ maximum auquel le monopole peut écouler une production Q (donner ce prix en fonction de la quantité Q).
- ii.* Supposons que le monopole envisage de vendre une quantité Q au prix maximum $P(Q)$. Quelle serait la variation $Rm(Q)$ des recettes du monopole s'il décidait de produire une unité en plus (et subirait la baisse de prix maximum correspondante) ?
- iii.* En déduire la quantité Q^M qui maximise le profit du monopole, ainsi que le prix de vente P^M ?
- iv.* Calculer l'élasticité de la demande pour ce niveau de prix et vérifier la relation entre cette élasticité et le taux de marge du monopole.

Exercice 3

i. Calculer la demande inverse, c'est à dire le prix $P(Q)$ maximum auquel le monopole peut écouler une production Q (donner ce prix en fonction de la quantité Q).

$$D = 700\,000 - 500 P$$

Exercice 3

i. Calculer la demande inverse, c'est à dire le prix $P(Q)$ maximum auquel le monopole peut écouler une production Q (donner ce prix en fonction de la quantité Q).

$$D = 700\,000 - 500 P$$

$$P = 700\,000/500 - Q/500 = 1\,200 - Q/500$$

Exercice 3

ii. Supposons que le monopole envisage de vendre une quantité Q au prix maximum $P(Q)$. Quelle serait la variation $Rm(Q)$ des recettes du monopole s'il décidait de produire une unité en plus (et subirait la baisse de prix maximum correspondante) ?

Exercice 3

ii. Supposons que le monopole envisage de vendre une quantité Q au prix maximum $P(Q)$. Quelle serait la variation $Rm(Q)$ des recettes du monopole s'il décidait de produire une unité en plus (et subissait la baisse de prix maximum correspondante) ?

$$\begin{aligned} Rm(Q) &= 1\,200 - Q/500 + dP * Q \\ &= 1\,200 - Q/500 + (-1/500) * Q \end{aligned}$$

$$Rm(Q) = 1\,200 - Q/250$$

Exercice 3

iii. En déduire la quantité Q^M qui maximise le profit du monopole, ainsi que le prix de vente P^M ?

Exercice 3

iii. En déduire la quantité Q^M qui maximise le profit du monopole, ainsi que le prix de vente P^M ?

Le coût marginal est 200

$$Q^M \text{ tel que } 1\,200 - Q^M/250 = 200$$

soit $Q^M/250 = 1\,000$

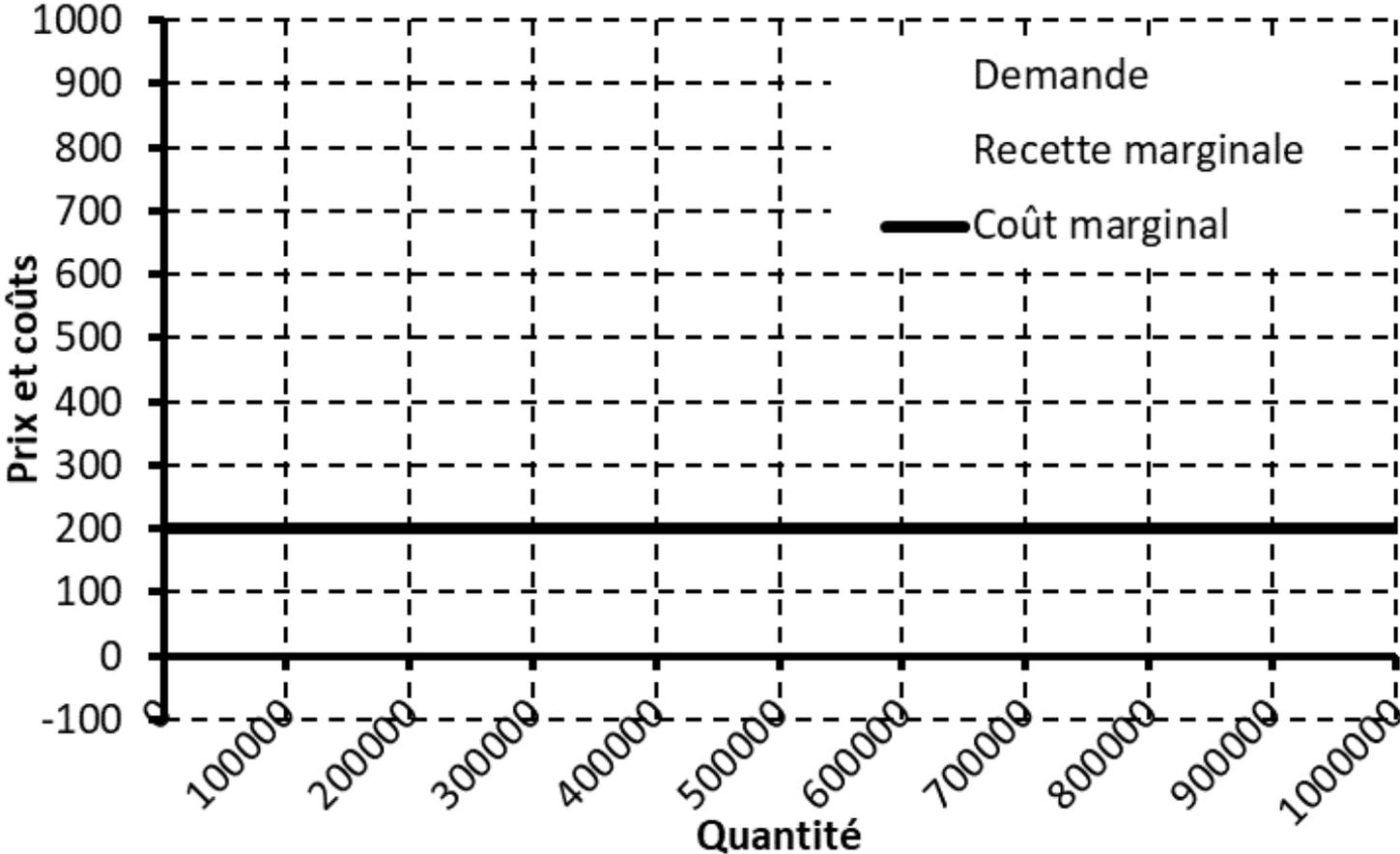
$$Q^M = 250\,000$$

$$P^M = 1\,200 - Q^M/500$$

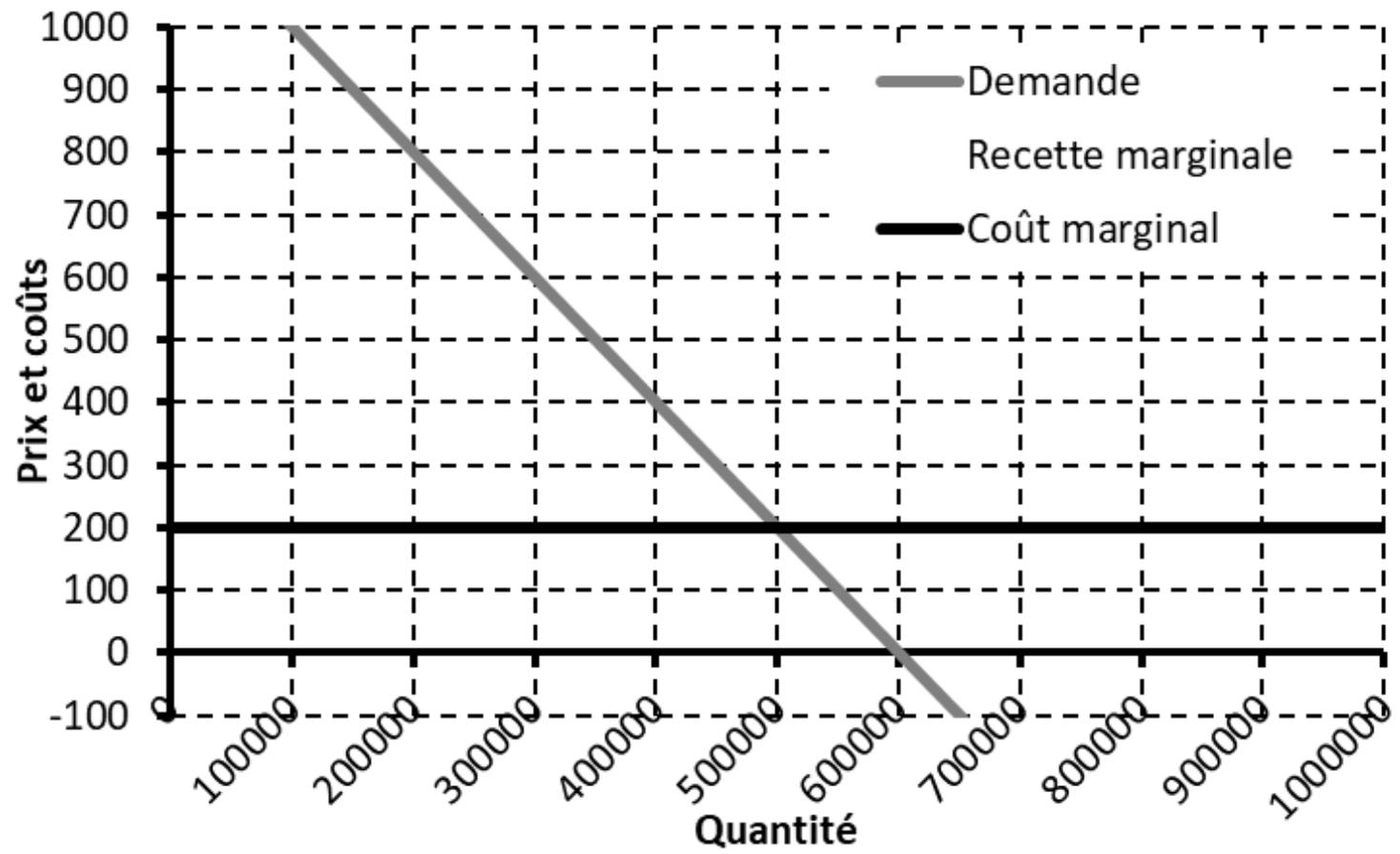
soit $P^M = 1\,200 - 250\,000/500 = 1\,200 - 500$

$$P^M = 700$$

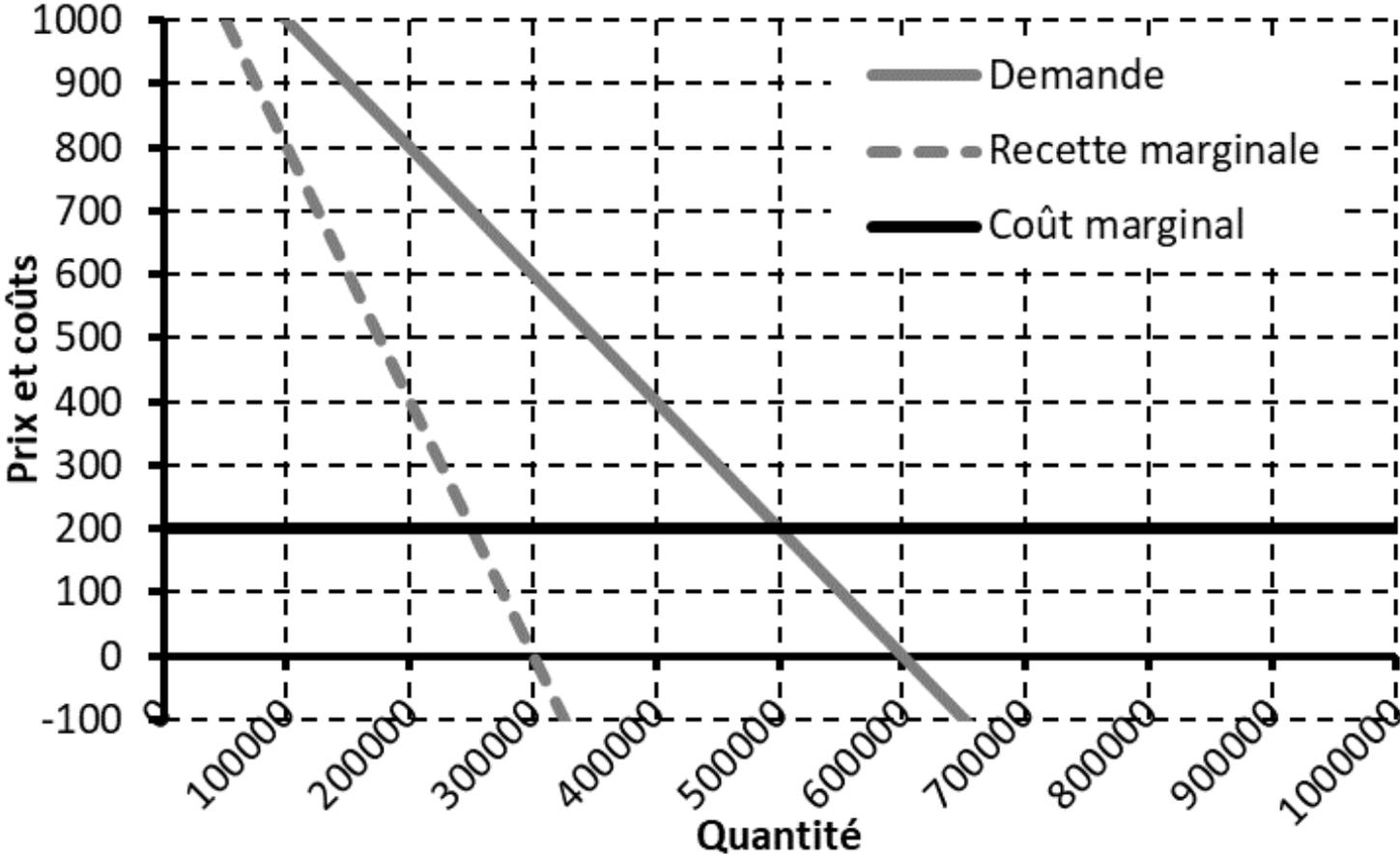
Exercice 3



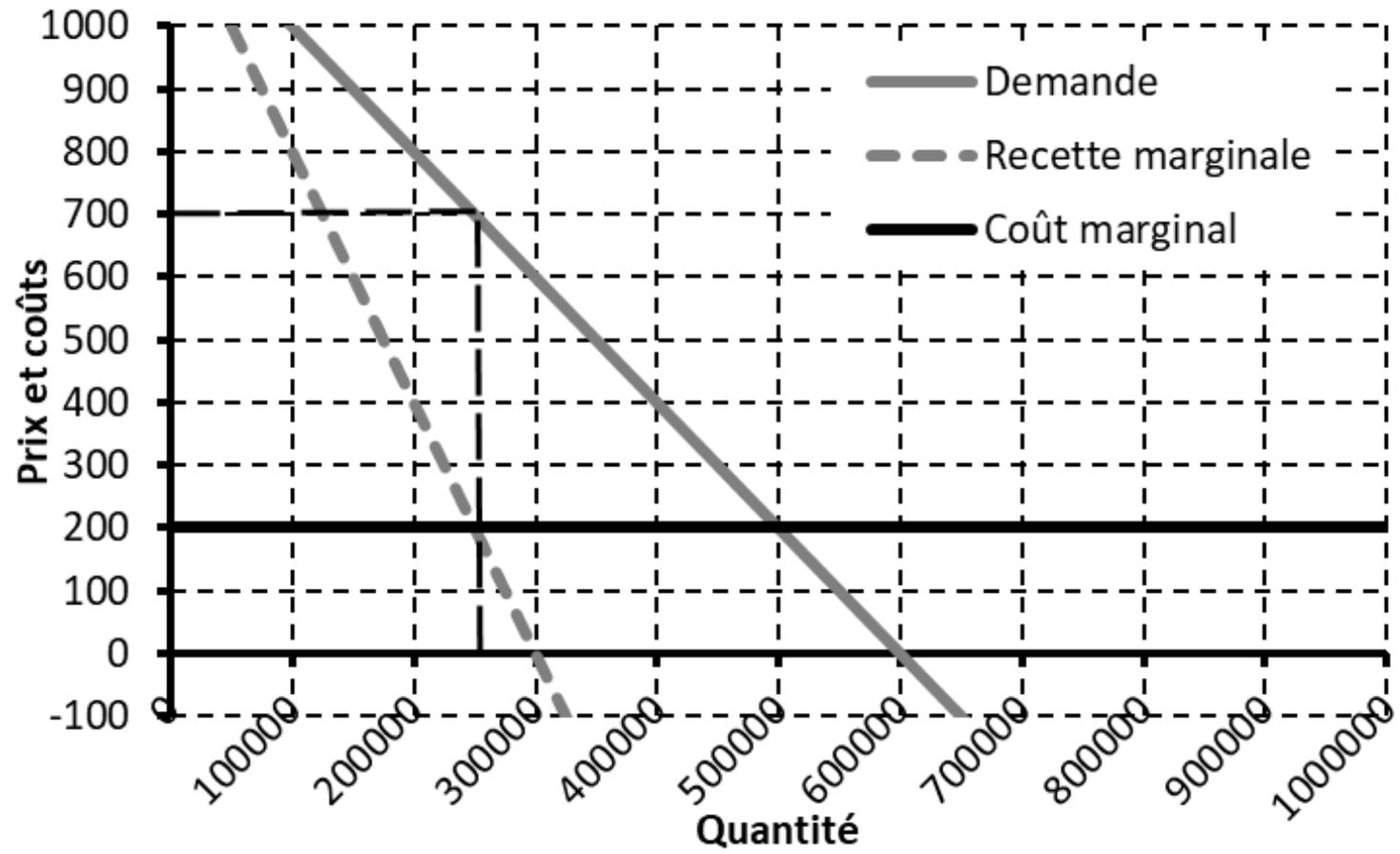
Exercice 3



Exercice 3



Exercice 3



Exercice 3

iv. Calculer l'élasticité de la demande pour ce niveau de prix et vérifier la relation entre cette élasticité et le taux de marge du monopole.

Exercice 3

iv. Calculer l'élasticité de la demande pour ce niveau de prix et vérifier la relation entre cette élasticité et le taux de marge du monopole.

$$\varepsilon^D = (P/Q).(dQ/dP) = (700/250\ 000).(-500) = -700 / 500$$

$$\text{Tx marge} = (P - C_m)/P = (700 - 200)/700 = 500 / 700 = 1/|\varepsilon^D|$$

Séance 4

De l'idéal-typique à la réalité concurrence