

***Nouveaux Modèles Économiques***

Chapitre 6

**Marchés et concurrences**  
**Concurrences imparfaites**

# *Plan général du cours*

1. Perspectives de long terme, croissance et inégalités
2. La smart économie
3. Commerce international, anciens modèles
4. Commerce des tâches et chaînes de valeur internationales
5. Marchés et concurrences, concurrence et monopole
- 6. *Marchés et concurrences, concurrences imparfaites***
7. Innovations et diversité
8. L'économie des plateformes
9. Politiques de la concurrence

# *Plan de la session*

1. L'oligopole de Cournot
2. Concurrence en quantité ou en prix ?
3. La concurrence monopolistique
4. Les actions sur l'élasticité de substitution

# ***Plan de la session***

## ***1. L'oligopole de Cournot***

2. Concurrence en quantité ou en prix ?

3. La concurrence monopolistique

4. Les actions sur l'élasticité de substitution

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $C_m = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

- 1. Prix et quantité de concurrence parfaite ? Quels profits ?*
- 2. Prix et quantité de monopole ? Quels profits ?*
- 3. Prix et quantité d'équilibre de Nash ? Quels profits ?*
- 4. Prix, quantité et profits pour les stratégies intermédiaires ?*

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $C_m = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*1. Prix et quantité de concurrence parfaite ? Quels profits ?*

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $C_m = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*1. Prix et quantité de concurrence parfaite ? Quels profits ?*

$$P = C_m \rightarrow a - b.Q = c$$

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*1. Prix et quantité de concurrence parfaite ? Quels profits ?*

$$P = Cm \rightarrow a - b.Q = c \rightarrow Q = (a-c)/b ; P = c ; \Pi = (P-c)*Q = 0$$

# La concurrence en quantité

## Description du problème

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

1. Prix et quantité de concurrence parfaite ? Quels profits ?

$$P = Cm \rightarrow a - b.Q = c \rightarrow Q = (a-c)/b ; P = c ; \Pi = (P-c)*Q = 0$$

$$P_1 = c$$

$$Q_1 = (a-c)/(2b)$$

$$\Pi_1 = 0$$

$$P_2 = c$$

$$Q_2 = (a-c)/(2b)$$

$$\Pi_2 = 0$$

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*2. Prix et quantité de monopole ? Quels profits ?*

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*2. Prix et quantité de monopole ? Quels profits ?*

$$Rm = Cm \rightarrow a - 2b.Q = c$$

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $C_m = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*2. Prix et quantité de monopole ? Quels profits ?*

$$R_m = C_m \rightarrow a - 2b.Q = c$$

$$Q = (a-c)/(2b)$$

$$\text{donc } Q_1 = Q_2 = (a-c)/(4b)$$

# *La concurrence en quantité*

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*2. Prix et quantité de monopole ? Quels profits ?*

$$Rm = Cm \rightarrow a - 2b.Q = c$$

$$Q = (a-c)/(2b)$$

$$\text{donc } Q_1 = Q_2 = (a-c)/(4b)$$

$$P = (a+c)/2$$

$$\Pi = (P-c) * Q = (a-c)^2/(4b)$$

$$\text{donc } \Pi_1 = \Pi_2 = (a-c)^2/(8b)$$

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $C_m = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*3. Prix et quantité d'équilibre de Nash ? Quels profits ?*

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*3. Prix et quantité d'équilibre de Nash ? Quels profits ?*

$$P = a - b.Q_1 - b.Q_2 \rightarrow Rm_1 = a - 2b.Q_1 - b.Q_2 = c$$

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*3. Prix et quantité d'équilibre de Nash ? Quels profits ?*

$$P = a - b.Q_1 - b.Q_2 \rightarrow Rm_1 = a - 2b.Q_1 - b.Q_2 = c$$

$$Q_1 = (a-c)/(2b) - Q_2/2 \quad \text{et} \quad Q_2 = (a-c)/(2b) - Q_1/2$$

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*3. Prix et quantité d'équilibre de Nash ? Quels profits ?*

$$P = a - b.Q_1 - b.Q_2 \rightarrow Rm_1 = a - 2b.Q_1 - b.Q_2 = c$$

$$Q_1 = (a-c)/(2b) - Q_2/2 \quad \text{et} \quad Q_2 = (a-c)/(2b) - Q_1/2$$

$$Q_2 = (a-c)/(2b) - (a-c)/(4b) + Q_2/4 \rightarrow Q_2 = (a-c)/(3b) = Q_1$$

# La concurrence en quantité

## Description du problème

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

3. Prix et quantité d'équilibre de Nash ? Quels profits ?

$$P = a - b.Q_1 - b.Q_2 \rightarrow Rm_1 = a - 2b.Q_1 - b.Q_2 = c$$

$$Q_1 = (a-c)/(2b) - Q_2/2 \quad \text{et} \quad Q_2 = (a-c)/(2b) - Q_1/2$$

$$Q_2 = (a-c)/(2b) - (a-c)/(4b) + Q_2/4 \rightarrow Q_2 = (a-c)/(3b) = Q_1$$

$$Q = 2/3(a-c)/b \quad ; \quad P = (a+2c)/3$$

$$\Pi = (P-c)*Q = 2(a-c)^2/(9b) \quad \text{donc} \quad \Pi_1 = \Pi_2 = (a-c)^2/(9b)$$

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*4. Prix, quantité et profits pour les stratégies intermédiaires ?*

OM :

CM :

CO :

# ***La concurrence en quantité***

## **Description du problème**

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

*4. Prix, quantité et profits pour les stratégies intermédiaires ?*

$$OM : Q_1 = (a-c)/(3b) \quad \& \quad Q_2 = (a-c)/(4b) \quad \rightarrow \quad Q = \frac{7}{12}(a-c)/b$$

CM :

CO :

# La concurrence en quantité

## Description du problème

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

4. Prix, quantité et profits pour les stratégies intermédiaires ?

$$\begin{aligned} \text{OM} : Q_1 &= (a-c)/(3b) & \& \quad Q_2 = (a-c)/(4b) & \rightarrow Q = 7/12(a-c)/b \\ P &= (5a+7c)/12 & \rightarrow \Pi_1 &= 5/36(a-c)^2/b & \& \quad \Pi_2 = 5/48(a-c)^2/b \end{aligned}$$

CM :

CO :

# La concurrence en quantité

## Description du problème

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

4. Prix, quantité et profits pour les stratégies intermédiaires ?

$$\begin{array}{lll} \text{OM} : Q_1 = (a-c)/(3b) & \& Q_2 = (a-c)/(4b) & \rightarrow Q = 7/12(a-c)/b \\ & & \rightarrow \Pi_1 = 5/36(a-c)^2/b & \& \Pi_2 = 5/48(a-c)^2/b \\ P = (5a+7c)/12 & & & & \end{array}$$

$$\text{CM} : Q_1 = (a-c)/(2b) \quad \& \quad Q_2 = (a-c)/(4b) \quad \rightarrow Q = 3/4(a-c)/b$$

CO :

# La concurrence en quantité

## Description du problème

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

4. Prix, quantité et profits pour les stratégies intermédiaires ?

$$\begin{array}{lll} \text{OM} : Q_1 = (a-c)/(3b) & \& Q_2 = (a-c)/(4b) & \rightarrow Q = 7/12(a-c)/b \\ P = (5a+7c)/12 & \rightarrow \Pi_1 = 5/36(a-c)^2/b & \& \Pi_2 = 5/48(a-c)^2/b \end{array}$$

$$\begin{array}{lll} \text{CM} : Q_1 = (a-c)/(2b) & \& Q_2 = (a-c)/(4b) & \rightarrow Q = 3/4(a-c)/b \\ P = (a+3c)/4 & \rightarrow \Pi_1 = 1/8(a-c)^2/b & \& \Pi_2 = 1/16(a-c)^2/b \end{array}$$

CO :

# La concurrence en quantité

## Description du problème

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

4. Prix, quantité et profits pour les stratégies intermédiaires ?

$$\begin{array}{lll} \text{OM} : Q_1 = (a-c)/(3b) & \& Q_2 = (a-c)/(4b) & \rightarrow Q = 7/12(a-c)/b \\ P = (5a+7c)/12 & \rightarrow \Pi_1 = 5/36(a-c)^2/b & \& \Pi_2 = 5/48(a-c)^2/b \end{array}$$

$$\begin{array}{lll} \text{CM} : Q_1 = (a-c)/(2b) & \& Q_2 = (a-c)/(4b) & \rightarrow Q = 3/4(a-c)/b \\ P = (a+3c)/4 & \rightarrow \Pi_1 = 1/8(a-c)^2/b & \& \Pi_2 = 1/16(a-c)^2/b \end{array}$$

$$\text{CO} : Q_1 = (a-c)/(2b) \quad \& \quad Q_2 = (a-c)/(3b) \quad \rightarrow Q = 5/6(a-c)/b$$

# La concurrence en quantité

## Description du problème

Deux producteurs à même coût marginal  $Cm = c$

Demande inverse :  $P = a - b.Q$

4. Prix, quantité et profits pour les stratégies intermédiaires ?

$$\begin{array}{lll} \text{OM} : Q_1 = (a-c)/(3b) & \& Q_2 = (a-c)/(4b) & \rightarrow Q = 7/12(a-c)/b \\ P = (5a+7c)/12 & \rightarrow \Pi_1 = 5/36(a-c)^2/b & \& \Pi_2 = 5/48(a-c)^2/b \end{array}$$

$$\begin{array}{lll} \text{CM} : Q_1 = (a-c)/(2b) & \& Q_2 = (a-c)/(4b) & \rightarrow Q = 3/4(a-c)/b \\ P = (a+3c)/4 & \rightarrow \Pi_1 = 1/8(a-c)^2/b & \& \Pi_2 = 1/16(a-c)^2/b \end{array}$$

$$\begin{array}{lll} \text{CO} : Q_1 = (a-c)/(2b) & \& Q_2 = (a-c)/(3b) & \rightarrow Q = 5/6(a-c)/b \\ P = (a+5c)/6 & \rightarrow \Pi_1 = 1/12(a-c)^2/b & \& \Pi_2 = 1/18(a-c)^2/b \end{array}$$

# *La concurrence en quantité*

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12}$ ; $\frac{1}{18}$	$\frac{1}{8}$ ; $\frac{1}{16}$
	Olig.	$\frac{1}{18}$ ; $\frac{1}{12}$	$\frac{1}{9}$ ; $\frac{1}{9}$	$\frac{5}{36}$ ; $\frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16}$ ; $\frac{1}{8}$	$\frac{5}{48}$ ; $\frac{5}{36}$	$\frac{1}{8}$ ; $\frac{1}{8}$

# La concurrence en quantité

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12}$ ; $\frac{1}{18}$	<u><math>\frac{1}{8}</math></u> ; <u><math>\frac{1}{16}</math></u>
	Olig.	$\frac{1}{18}$ ; $\frac{1}{12}$	$\frac{1}{9}$ ; $\frac{1}{9}$	$\frac{5}{36}$ ; $\frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16}$ ; $\frac{1}{8}$	$\frac{5}{48}$ ; $\frac{5}{36}$	$\frac{1}{8}$ ; $\frac{1}{8}$

# La concurrence en quantité

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12}$ ; $\frac{1}{18}$	<u><math>\frac{1}{8}</math></u> ; <u><math>\frac{1}{16}</math></u>
	Olig.	$\frac{1}{18}$ ; $\frac{1}{12}$	<u><math>\frac{1}{9}</math></u> ; <u><math>\frac{1}{9}</math></u>	$\frac{5}{36}$ ; $\frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16}$ ; $\frac{1}{8}$	$\frac{5}{48}$ ; $\frac{5}{36}$	$\frac{1}{8}$ ; $\frac{1}{8}$

# La concurrence en quantité

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12} ; \frac{1}{18}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{16}$
	Olig.	$\frac{1}{18} ; \frac{1}{12}$	$\frac{1}{9} ; \frac{1}{9}$	$\frac{5}{36} ; \frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16} ; \frac{1}{8}$	$\frac{5}{48} ; \frac{5}{36}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{8}$

# La concurrence en quantité

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12} ; \frac{1}{18}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{16}$
	Olig.	$\frac{1}{18} ; \frac{1}{12}$	$\frac{1}{9} ; \frac{1}{9}$	$\frac{5}{36} ; \frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16} ; \frac{1}{8}$	$\frac{5}{48} ; \frac{5}{36}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{8}$

# La concurrence en quantité

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12} ; \frac{1}{18}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{16}$
	Olig.	$\frac{1}{18} ; \frac{1}{12}$	$\frac{1}{9} ; \frac{1}{9}$	$\frac{5}{36} ; \frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16} ; \frac{1}{8}$	$\frac{5}{48} ; \frac{5}{36}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{8}$

# La concurrence en quantité

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12} ; \frac{1}{18}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{16}$
	Olig.	$\frac{1}{18} ; \frac{1}{12}$	$\frac{1}{9} ; \frac{1}{9}$	$\frac{5}{36} ; \frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16} ; \frac{1}{8}$	$\frac{5}{48} ; \frac{5}{36}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{8}$

# La concurrence en quantité

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12} ; \frac{1}{18}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{16}$
	Olig.	$\frac{1}{18} ; \frac{1}{12}$	$\frac{1}{9} ; \frac{1}{9}$	$\frac{5}{36} ; \frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16} ; \frac{1}{8}$	$\frac{5}{48} ; \frac{5}{36}$	$\frac{1}{8} ; \frac{1}{8}$

# ***Plan de la session***

1. L'oligopole de Cournot

***2. Concurrence en quantité ou en prix ?***

3. La concurrence monopolistique

4. Les actions sur l'élasticité de substitution

# ***Le paradoxe de Bertrand***

**En partant de n'importe quel point avec  $P > C_m$**

Baisser très légèrement le prix

Faible perte en marge (faible baisse de prix)

Fort gain en volume (toute la demande du concurrent)

Toujours rentable de baisser les prix

**Un seul équilibre :  $P = C_m$**

Production de la quantité de concurrence parfaite

Dès deux concurrent en prix → maximisation du surplus

Pas de profit pour les producteurs

(Hormis les rendements décroissants → surplus producteur)

# ***Résolution du paradoxe***

## **Différentiation des deux concurrents**

En baissant le prix, on ne récupère pas **toute** la demande  
Retour sur le modèle de concurrence monopolistique

## **Contraintes de quantité**

Si je ne peux pas *a priori* produire en quantité illimitée  
Concurrence en deux périodes :

1. J'investis dans mes possibilités de production (usines)
2. Je fais concurrence en prix à production contrainte

→ ***revient à une concurrence en quantité en première période***

→ **équilibre de Cournot**

# *L'oligopole comme un monopole*

## **L'abus de position dominante**

Un acteur dominant se comporte comme un monopole

Accès préférentiel au marché (réputation, synergies)

D'où le contrôle des concentrations, limiter cette possibilité

## **Entente des oligopolistes, le Cartel**

Principe de se partager le surplus du monopole

Le profit est plus faible car il y a plusieurs coûts fixes

Mais c'est le profit maximum possible à plusieurs entreprises

Comment se partager le marché (pas d'accord tacite)

# Les ententes, les cartels

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12}$ ; $\frac{1}{18}$	$\frac{1}{8}$ ; $\frac{1}{16}$
	Olig.	$\frac{1}{18}$ ; $\frac{1}{12}$	$\frac{1}{9}$ ; $\frac{1}{9}$	$\frac{5}{36}$ ; $\frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16}$ ; $\frac{1}{8}$	$\frac{5}{48}$ ; $\frac{5}{36}$	$\frac{1}{8}$ ; $\frac{1}{8}$

# Les ententes, les cartels

		Entreprise 1		
		Conc.	Olig.	Monop.
Entreprise 2	Conc.	0 ; 0	$\frac{1}{12}$ ; $\frac{1}{18}$	$\frac{1}{8}$ ; $\frac{1}{16}$
	Olig.	$\frac{1}{18}$ ; $\frac{1}{12}$	$\frac{1}{9}$ ; $\frac{1}{9}$	$\frac{5}{36}$ ; $\frac{5}{48}$
	Monop.	$\frac{1}{16}$ ; $\frac{1}{8}$	$\frac{5}{48}$ ; $\frac{5}{36}$	$\frac{1}{8}$ ; $\frac{1}{8}$



# *Jeu répété*

## **Menace sur le futur**

Pour gagner  $\frac{5}{36} - \frac{1}{8} = \frac{1}{72}$  une période

On perd  $\frac{1}{8} - \frac{1}{9} = \frac{1}{72}$  à toutes les suivantes

La menace peut être suffisante à faire tenir le jeu

## **Le problème de l'horizon**

Si un horizon fini au jeu

Intérêt à dévier à la dernière période

Déviations prévues à la dernière  $\rightarrow$  déviations avant-dernière

Déviations prévues avant-dernière  $\rightarrow$  déviations encore avant

***$\rightarrow$  le jeu est instable depuis le début***

# ***Plan de la session***

1. L'oligopole de Cournot
2. Concurrence en quantité ou en prix ?
- 3. La concurrence monopolistique***
4. Les actions sur l'élasticité de substitution

# ***La concurrence sur le Streaming***

## **Depuis, la concurrence s'est développée**

Disney, Amazon, Apple, Max, Paramount...

Netflix n'est plus en monopole

Qu'est-ce qui change dans sa politique tarifaire ?

## **Monopole *versus* pouvoir de marché**

Plus en monopole mais garde un pouvoir de marché

Clients peuvent acheter plusieurs abonnements streaming

Préférer Netflix même si plus cher

Préférer un concurrent même si plus cher

## **Netflix a une courbe de demande propre**

Même comportement vis-à-vis de l'élasticité de substitution

# ***La concurrence monopolistique***

## **Depuis Chamberlin (1933) et Robinson (1933)**

Les entreprises en concurrence sont différentes

Possèdent une demande propre (dépendant des autres)

Principe du monopole sur son segment étroit

Possibilité de libre entrée (jusqu'à ce que  $\Pi = CF$ )

## **Généralisation dans les modèles**

Dixit-Stiglitz (1977)

Tous cas possibles mais plus simple avec élasticité constante

Développement pour le commerce intra-branche

Plus généralement : préférence pour la diversité

## **Intensité de la concurrence**

Dépend de la substituabilité des produits ( $\varepsilon_S$ )

# Concurrence monopolistique

## 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 – 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  $\varepsilon_s$  plutôt que élasticité prix  $\varepsilon_D$

$$\rightarrow \tau = (P - Cm) / P = 1 / |\varepsilon_s| \quad P = Cm * |\varepsilon_s| / (|\varepsilon_s| - 1)$$

# ***La tarification de Netflix***



## **Distributeur exclusif Disney – sept 2016**

Signe en mai 2016 un accord avec les studio Disney  
Pour streamer les Disney, Marvel, Lucasfilm et Pixar  
Coût très élevé de l'accord (estimé à 300-350 Mds\$/an)

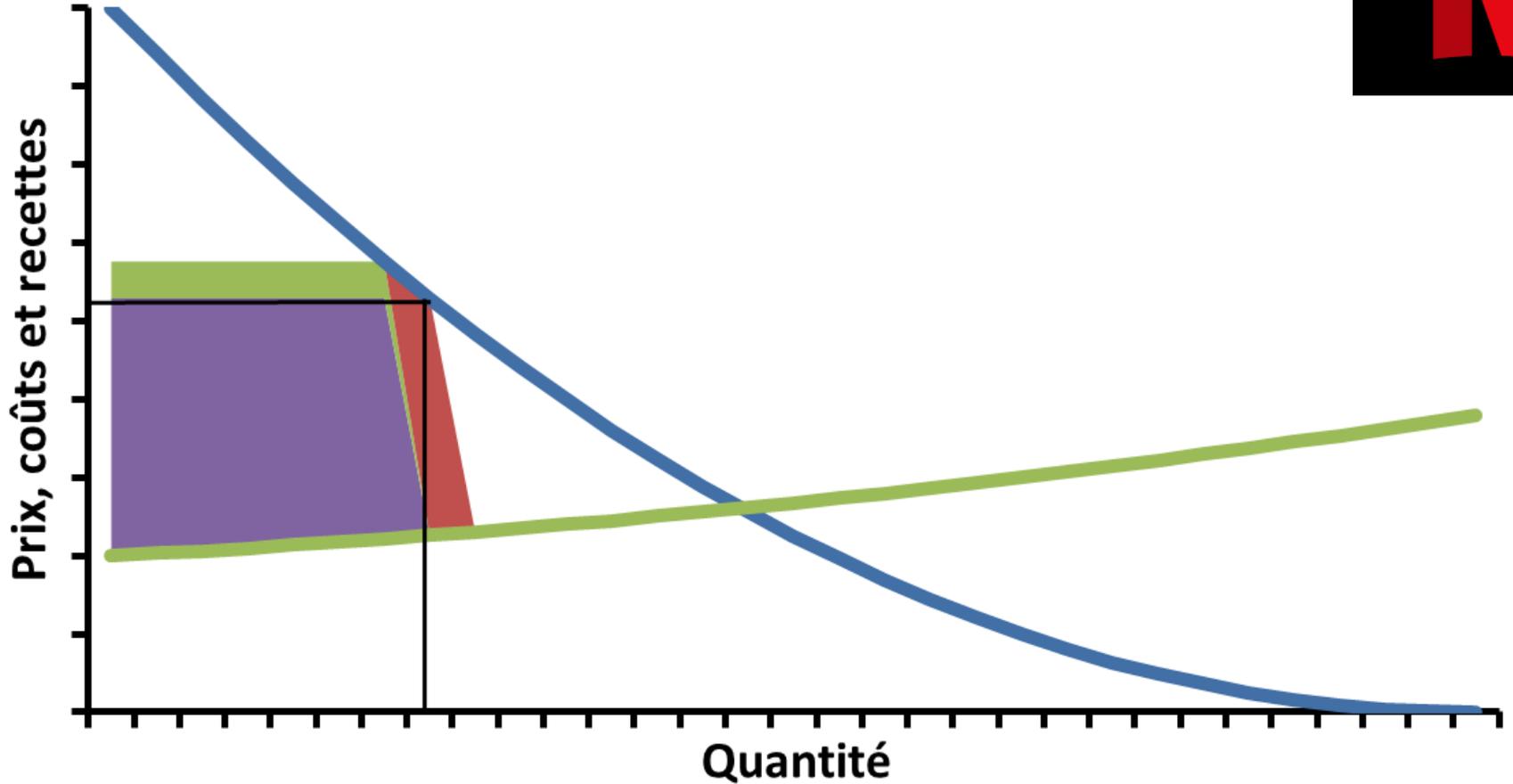
## **Des analystes s'inquiètent de la politique tarifaire**

Netflix ne pourrait pas être rentable sans hausser ses prix  
Ou qu'il les haussera si les nouveaux abonnés n'arrivent pas

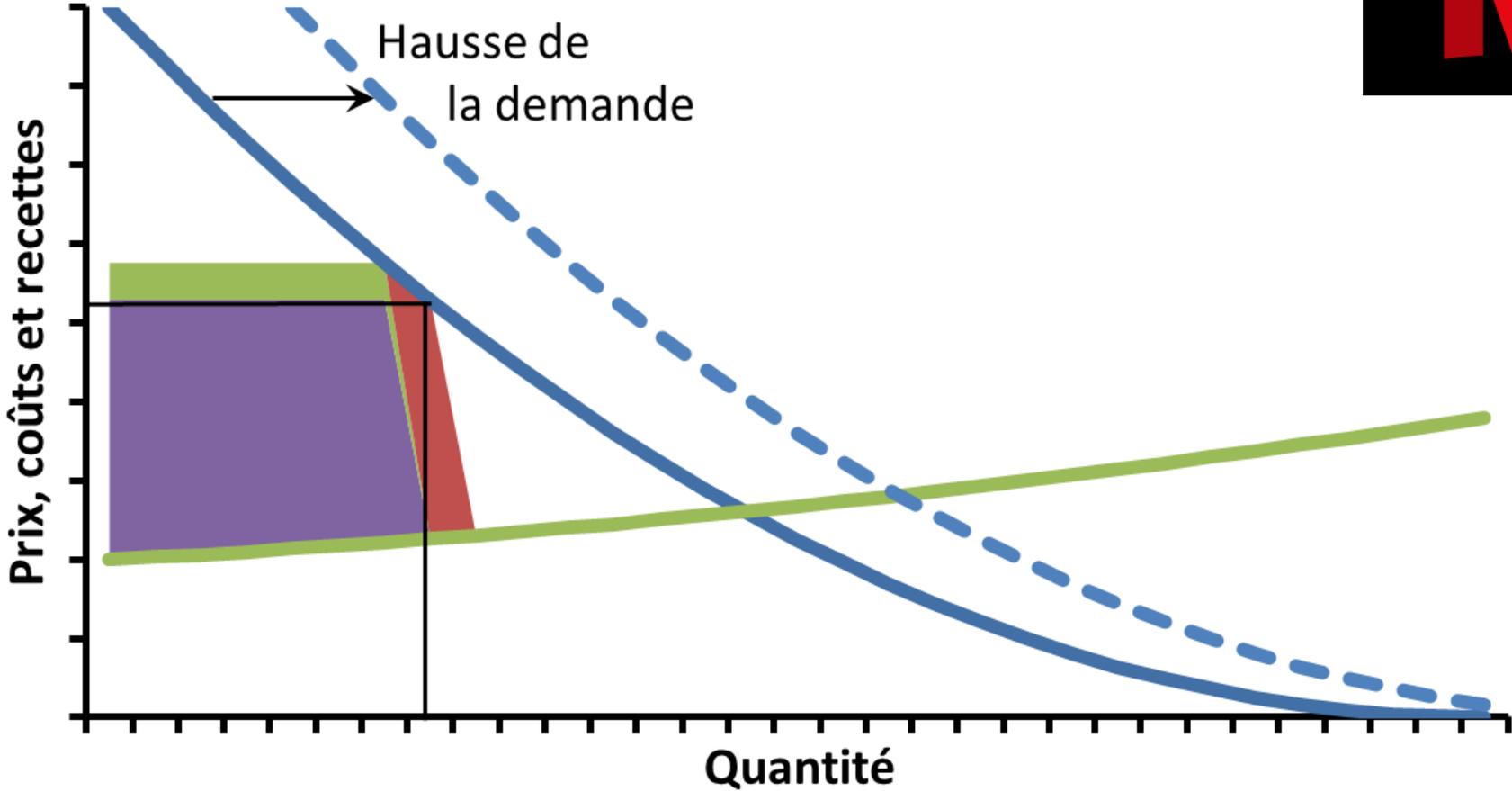
*Commenter ces assertions*

*Quels sont les paramètres qui importent ?*

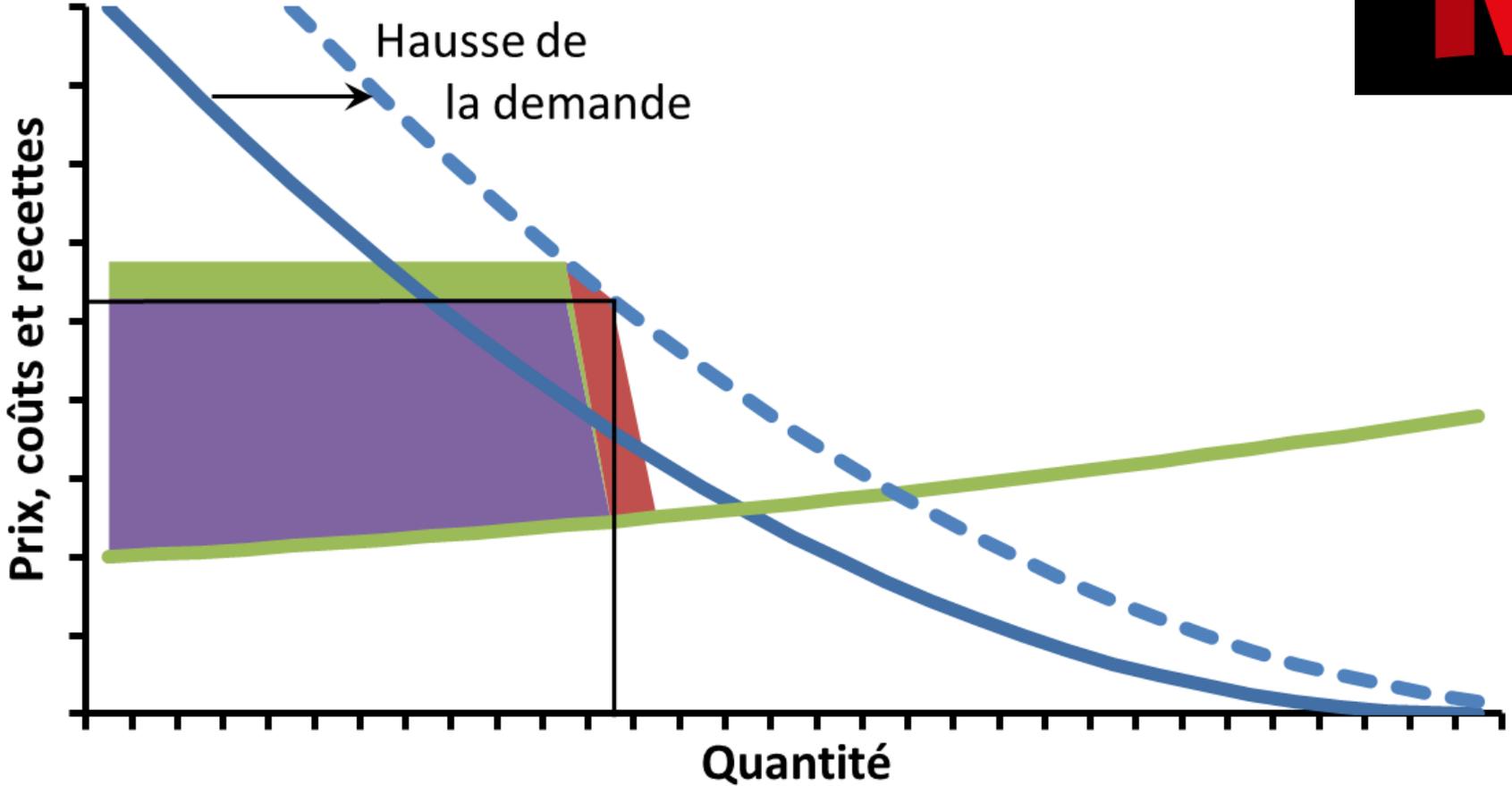
# *La tarification de Netflix*



# La tarification de Netflix



# La tarification de Netflix



# *La tarification de Netflix*



## **Hypothèse implicite sur la demande**

Pas de modification de la pente ( $dQ/dP$ )

Alors que  $Q$  augmente  $\rightarrow \varepsilon^P = P/Q \cdot dQ/dP$  diminue

## **Mais hausse de la demande peut modifier $\varepsilon_D$**

Nouveaux abonnés plus volatiles  $\Rightarrow \varepsilon_D \uparrow \Rightarrow P \downarrow$

Anciens abonnés plus captifs  $\Rightarrow \varepsilon_D \downarrow \Rightarrow P \uparrow$

Quel effet global sur la volatilité ?

# ***Plan de la session***

1. L'oligopole de Cournot
2. Concurrence en quantité ou en prix ?
3. La concurrence monopolistique
- 4. Les actions sur l'élasticité de substitution***

# *Objectif, diminuer $\epsilon_s$*

## **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

# *L'intégration horizontale*

**Si les produits sont liés, un choix implique l'autre**

Stratégie d'Apple : machine et logiciel d'exploitation

Composants non compatibles

Moins de consommateurs, moins élastiques

Boom de la fin des années 2000 avec nouveaux produits liés



VS.



**Identique pour produits fixes à consommables**

Cartouches/toners

Cales de pédales auto

Mais danger

coût anticipé peut  
réduire la demande

The screenshot shows the Nespresso website interface. At the top, there is a navigation bar with the Nespresso logo and a 'Commandez' button. Below this is a red banner announcing 'LIVRAISON GRATUITE sur les commandes de 75\$ et plus jusqu'au 12 janvier !'. The main navigation menu includes 'Café', 'Machines', 'Accessoires', 'Recyclage', 'Services', 'Nous trouver', 'Contact / FAQ', and 'Professionnel'. A prominent yellow banner at the bottom right features a '40% DE RABAIS' offer on a selection of coffee machines, with a 'Détails de l'offre' link.

# La publicité

Erdem, Keane & Sun (2008) A Dynamic Model of Brand Choice When Price and Advertising Signal Product Quality, *Marketing Science* 27(6), 1111-25

*Our results imply that price is an important quality-signaling mechanism and that frequent price cuts can have significant adverse effects on brand equity.*

*The role of advertising frequency in signaling quality is also significant, but it is less quantitatively important than price.*

Un coût fixe pour augmenter la demande et le prix ?  
Par l'information, peut augmenter l'élasticité de substitution  
Un jeu à somme négative ?



***Nouveaux Modèles Économiques***

Chapitre 6

**Marchés et concurrences**  
**Concurrences imparfaites**