

Chapitre 4: Concurrence monopolistique

Plan

Section I. Le marché de concurrence monopolistique.

I.1 - La différenciation Horizontale.

I.2 - La différenciation verticale.

Section II. L'équilibre en concurrence monopolistique.

II .1- L'équilibre à court terme.

II .2 - L'équilibre à long terme.

- La concurrence monopolistique est une situation de marché avec:
 - Un grand nombre d'entreprise offrent des produits différenciés.
 - Les produits ne sont pas substituables,
 - Il n'y a pas de barrières à l'entrée,
 - La différence avec le marché de concurrence pure et parfaite est l'absence d'homogénéité des produits.

- Section I. Le marché de concurrence monopolistique.
 - La différenciation Horizontale.
 - La différenciation verticale.

I- La différenciation horizontale

- Les entreprises proposent des produits de **qualité identique** mais **aux caractéristiques différentes**.
- La différenciation horizontale a été étudié pour la première fois par H. Hotelling en 1929.

- En situation de différenciation horizontale:

Les prix des produits, à qualité identique, peuvent être différents en raison de la distance qui les sépare du consommateur,

- II - La différenciation verticale.

- La différenciation peut aussi être verticale, cette situation a été étudiée en 1933 par E. Chamberlin.
- Les entreprises proposent des produits répondant au même besoin mais qui sont de qualité différente.

- En différenciant leurs produits: les entreprises font de la concurrence hors prix.
- Les entreprises cherchent à fidéliser leurs clients et attirer des nouveaux par:
 - Rapidité des services de livraison,
 - Qualité de service après vente,
 - Innovation.

- Section 2 :L'équilibre en concurrence monopolistique

- Les entreprises en concurrence monopolistique sont nombreuses .
- Chaque firme fait face à une demande décroissante comme si elle était en situation de monopole.

- Si l'entreprise augmente son prix alors que le prix des concurrents ne change pas, elle perd une partie de sa clientèle.
- Si l'entreprise baisse son prix alors que le prix des concurrents ne change pas , elle attire une partie de la clientèle des autres firmes.
- Cette situation est différente de la concurrence pur et parfaite où le prix s'impose à la firme.

L'équilibre à court terme:

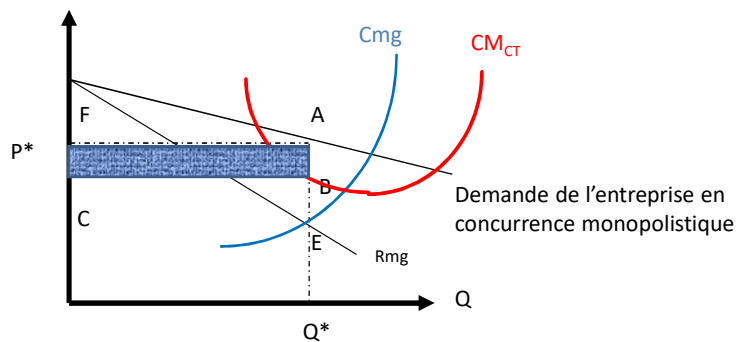
- L'entreprise en concurrence monopolistique va maximiser son profit en égalisant sa recette marginale avec son coût marginal:

$$\text{Max } \pi \quad \longrightarrow \quad R_m = C_m$$

L'entreprise évoluant dans une structure de concurrence monopolistique fait face à un segment/sous-ensemble de la demande globale.

- Cette demande donne naissance à une droite de recette marginale.
- L'entreprise se comporte comme un monopole sur le segment de la demande:

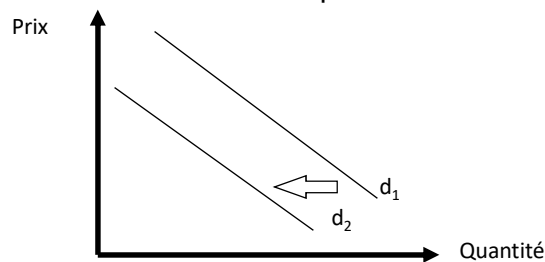
$$Q^* \square R_{mg} = C_{mg}$$



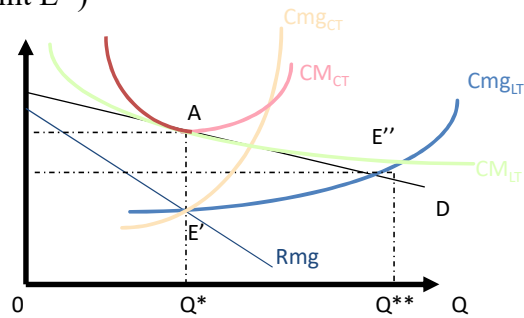
- La quantité qui maximise les profits est Q^* unités (i.e.: le point E) et le prix optimal est obtenu en égalisant cette quantité à la demande P^* (le point A)
- Le profit: $\pi = RT - CT = (RM - CM)Q$ (Zone en blue)
- À court terme: comme au monopole $P > Cmg = Rmg$

L'équilibre à long terme

- À long terme, la situation se rapproche de la situation de concurrence et non du monopole (comme à court terme).
- La présence de profits dans l'industrie va entraîner l'entrée de nouvelles entreprises sur le marché à long terme, ce qui réduira la part de marché des entreprises existantes.



Comme en concurrence, l'entrée de firmes se poursuivra tant qu'existera des profits. À l'équilibre, les profits disparaîtront et $Q^* \square C_{m_{LT}} = R_{m_{LT}}$ (le point E'')



- Le prix choisi sur la demande sera:

$$P^* = C_{m_{LT}} = R_{m_{LT}}$$

- Le prix sur la demande est tel que aucun profit n'existe puisque le prix est établi là où les recettes et les coûts moyens sont égaux:

$$\pi = (RM - CM)Q \uparrow \pi = 0$$

$$\downarrow$$

$$= 0$$

- On note que les consommateurs payent plus cher qu'en concurrence parfaite bien qu'il n'y ait aucun profit à long terme sur le marché puisque:

$$P^* > C_{mg} = R_{mg}$$

Et en particulier $P^* > \text{Min } C_{m_{LT}}$ (i.e.: l'équilibre de la concurrence parfaite)

Donc:

À court terme:

- Monopole sur marché spécifique (clientèle) avec des profits potentiels.

À long terme:

- Disparition des profits dus à la concurrence.

- Les mécanismes et caractéristiques des produits ne contraignent pas à produire au minimum des coûts moyens de long terme.