

Chapitre : La concurrence imparfaite

Chargés de cours :

Prof. Assi J.C. KIMOU, Maître de Conférences Agrégé

Email : assi.jc.kimou@gmail.com

Tel : +225 07 49 92 5597

Dr Martin Yoli Bi, Maître-Assistant

Les théoriciens néoclassiques utilisent l'expression « concurrence imparfaite » pour désigner un ensemble de modèles obtenus en relâchant l'une ou l'autre des hypothèses de la concurrence parfaite. Ces modèles ont en fait pour caractéristique commune de supposer qu'il existe au moins un agent qui n'a pas le comportement preneur de prix de la concurrence parfaite. Au niveau de la structure des marchés, les marchés concrets sont : le monopole, la concurrence monopolistique, l'oligopole et le duopole.

I) Le monopole

1.1. Définition

Le monopole est une structure de marché dans laquelle il existe une seule entreprise produisant un bien pour lequel il n'existe pas de substitut proche.

1.2 Les raisons ou causes de l'existence du monopole

On note cinq causes principales de l'existence du monopole :

- le contrôle d'une source de matière première peut conduire au monopole

Ex : le contrôle de la production d'aluminium aux USA par l'ALCOA par le contrôle de la bauxite

-L'innovation et la possession d'un brevet exclusif de fabrication

- Le monopole naturel est le cas d'une seule entreprise produisant au minimum de son coût moyen et qui parvient à satisfaire sans perte la totalité du marché

- Les barrières légales d'entrée sur le marché

Une entreprise peut devenir un monopole parce qu'elle a obtenu un marché étendu de par la volonté de la loi. L'entreprise obtient ainsi le privilège exclusif de produire un bien donné dans une zone donnée.

Ex : Le Bureau National d'Etude Technique et de Développement (BNETD),
La SODECI

- Par les ententes et les fusions, on peut créer aussi une situation de monopole.

1.3. La mesure du pouvoir du monopole

Pour mesurer le pouvoir du monopole, nous devons identifier l'existence de plusieurs substituts. En général, l'on mesure le pouvoir du monopole de trois manières différentes.

a) L'élasticité prix croisée de la demande et le pouvoir du monopole

Nous savons que lorsque l'élasticité-prix croisée est positive, il existe des substituts disponibles sur le marché. Quand l'élasticité prix-croisée devient de plus en plus élevée, il y a l'existence plus grande de substituts disponibles et le pouvoir du monopole baisse.

b) L'indice du pouvoir de monopole de Lerner

$$Li = (P - Cm)/P \geq 0$$

La valeur de cet indice varie généralement entre 0 et 1.

En concurrence parfaite, le coût marginal de l'entreprise est égal au prix du marché : $P = Cm$: dans ce cas, $Li = 0$; le pouvoir du monopole est nul

Lorsque $P > Cm$ alors Li est positif ; plus sa valeur est proche de 1, plus le pouvoir de monopole de l'entreprise est grand.

c) Le ratio de concentration

$$RC = \frac{\sum_{i=1}^n S_i}{\sum_{i=1}^n S_i} \quad S_i = \text{part de marché de l'entreprise } i$$

Cet indice indique la part (en %) d'un marché qui est détenue par les plus grandes firmes. On peut prendre par exemple la proportion du chiffre d'affaires totales de la branche, de la valeur ajoutée ou des effectifs employés représentée par les 4, les 10, les 20 ou les 50 plus grandes entreprises. Plus ce pourcentage est élevé, plus la concentration est forte et plus le pouvoir de monopole des entreprises considérées et leur degré probable de collusion sont supposés importants.

1.4- Détermination du prix, de la quantité et du profit sous le monopole

Le monopole étant la seule entreprise sur le marché, sa courbe de demande est celle du marché, et de ce fait, elle a une pente négative contrairement à la situation de CPP.

$Q = q(P)$ courbe de demande
Dont l'inverse est $P = P(Q)$

Rappel : En régime de concurrence pure et parfaite

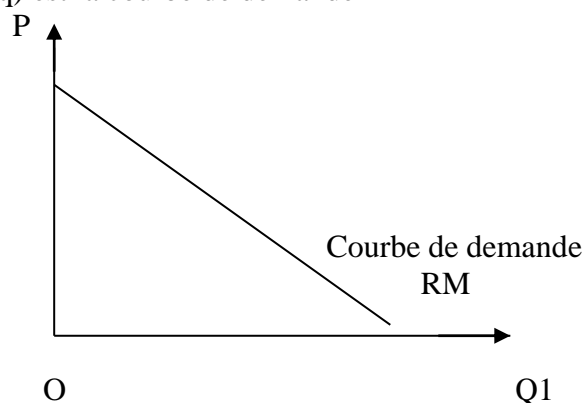
$\partial \Pi / \partial q = P - C_m = 0$ et $\partial^2 \Pi / \partial q^2 = -\partial C_m / \partial q < 0$ d'où $C_m > 0$

Le prix est exogène donc constant ; $\partial P / \partial q = 0$

Dans le cas de du monopole, le prix n'est pas constant

Le profit $\Pi = P(q)q - CT(q)$, $\partial \Pi / \partial q = 0$
Recette totale – coût total

Le revenu moyen est $RM = RT/q = P(q)q/q = p(q)$ est la courbe de demande



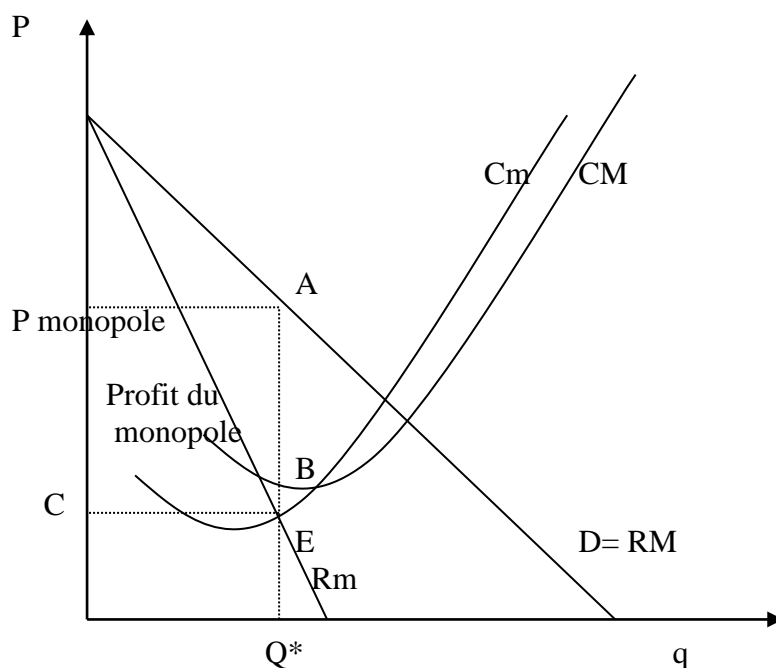
La recette marginale est $R_m = dRT/dq = R'(q) = d(P(q)q)/dq$

$$= P(q) + qd(p(q))/dq = P(q) + qpdp(q)/pdq$$

$$R_m = P(1 + qdp(q)/pdq)$$

Or $e_{q/p} = -Pdq/qdp$ donc $1/e_{q/p} = -qdp/pdq$

$R_m = P(1 - 1/e_{q/p})$ où $e = -pdq/qdp$



Maximisation du profit

$$\Pi = RT(q) - CT(q)$$

CNPO

$$d\Pi/dq = RT'(q) - CT'(q) = 0$$

$$R_m = C_m \Rightarrow Q^* \text{ (volume maximum)}$$

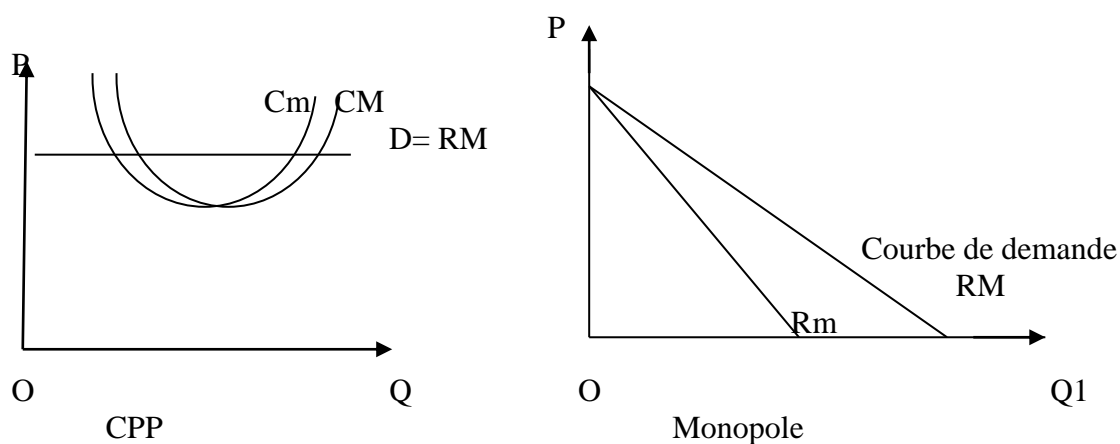
CIO

$$d^2\Pi/dq^2 \leq 0 \Rightarrow RT''(q) \leq CT''(q)$$

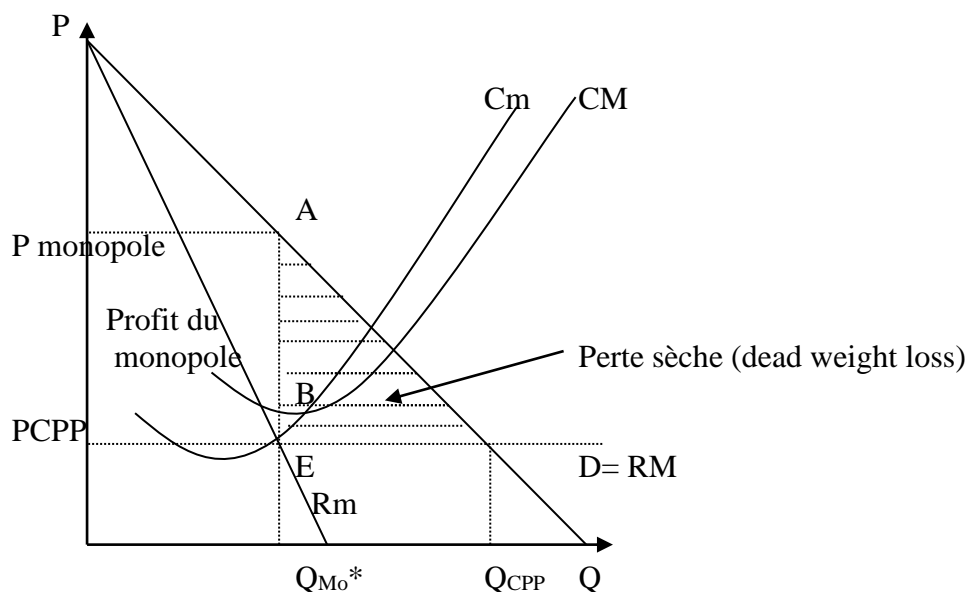
Au point d'équilibre E, la pente du R_m doit être \leq Pente du C_m . En d'autres termes, la courbe de C_m doit couper celle du R_m par le bas. En situation de monopole, la quantité optimale est déterminée par l'égalité du C_m et du R_m mais le prix est déterminé sur la courbe de demande. Il n'existe donc pas de relation unique entre le prix et la quantité. Pour cette raison, il n'existe pas de courbe d'offre en situation de monopole contrairement à la situation de CPP où la portion ascendante de la courbe de C_m représente la courbe d'offre.

1.5 Comparaison entre la concurrence pure et parfaite et le monopole

En CPP, la demande est horizontale alors qu'elle a une pente négative sous le monopole



Pour la maximisation du profit, le prix $P = C_m$ en CPP mais $P > C_m$ en situation de monopole



La quantité de monopole est $<$ quantité de CPP traduisant l'inefficience du monopole. En fixant un prix maximum au point de projection sur la demande de l'intersection de la courbe du C_m et du R_m , le monopole fixe un prix élevé. Il produit une quantité $<$ celle qui aurait pu être produite en situation de CPP.

$Q_{Mo} < Q_{cpp} \Rightarrow P_{Mo} > P_{cpp}$ ce qui génère des distorsions sur le marché et crée une perte sèche

L'on peut forcer le monopoleur à accroître sa production et baisser son prix par des mesures de régulation appropriée.

1.6 La réglementation du monopole

La première mesure de régulation consiste en l'introduction d'une taxe. Il peut s'agir d'une taxe forfaitaire ou d'une taxe du profit. Ces deux formes de taxe peuvent réduire le profit dégagé par le monopoleur après la production. Ces taxes n'affectent pas la combinaison optimale prix-quantité. Par contre une taxe unitaire va réduire le profit, le niveau de production et élève le prix. Le monopoleur ne peut éviter la taxe forfaitaire mais il peut faire passer la taxe unitaire au consommateur.

Taxe forfaitaire

$$\Pi = R(Q) - C(Q) - T \text{ (taxe)}$$

$$d\Pi/dQ = R'(Q) - C'(Q) = 0 \Rightarrow R_m = C_m$$

Taxe sur le profit

$$\Pi = R(Q) - C(Q) - t(R(Q) - C(Q))$$

$$t = \text{taxe}$$

$$d\Pi/dQ = R'(Q) - C'(Q) - t(R'(Q) - C'(Q)) = 0$$

$$\Rightarrow (1-t)(R'(Q) - C'(Q)) = 0 \Rightarrow R_m = C_m$$

Taxe unitaire

$$\Pi = R(Q) - C(Q) - t(Q)$$

$$d\Pi/dQ = R'(Q) - C'(Q) - t = 0$$

$$\Rightarrow R_m = C_m + t$$

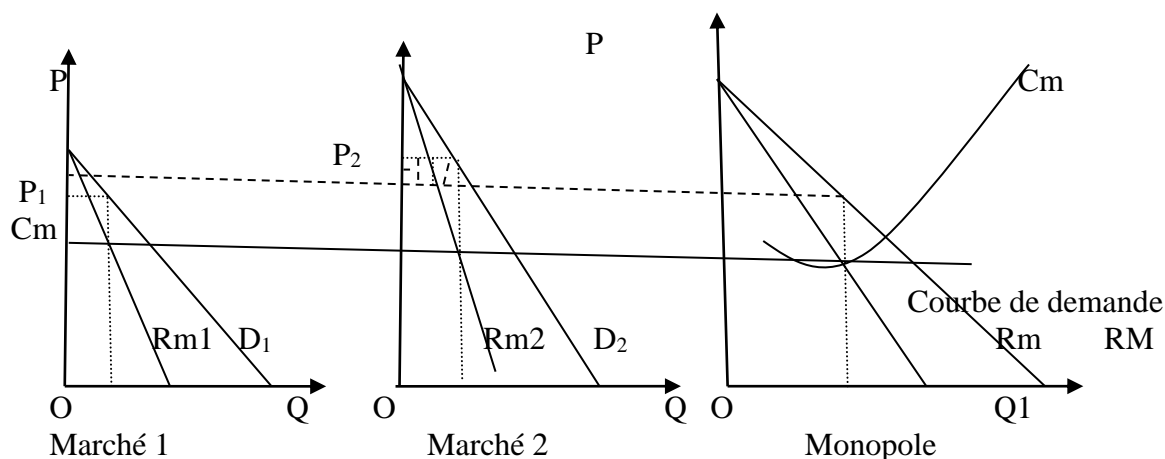
1.7 La discrimination du prix sous le monopole

La discrimination est la pratique de faire payer à différents consommateurs différents prix ou à un consommateur particulier, différents prix selon la quantité achetée. Le prix étant endogène dans un monopole, il existe trois degrés de discrimination du prix.

7.1 La discrimination du prix au troisième degré

On suppose généralement que le monopoleur sépare son marché en sous marchés. Exemple marché 1 et 2. Cette séparation se fait en fonction de 4 conditions :

- Il faut que les élasticités de demande sur les 2 marchés soit significativement différentes. Les consommateurs ne réagissent pas de la même manière sur les 2 marchés
- Il est impossible de revendre les biens achetés entre les utilisateurs. On dit que les biens ne sont pas transférables d'un marché à l'autre.
- Il est impossible aux consommateurs de changer de marché, les sous marchés étant géographiquement éloignés et séparés l'un de l'autre.
- L'offreur doit avoir un pouvoir de monopole



$$Rm_1 = Cm = Rm_2$$

Pour maximiser son profit, le monopoleur égalise le revenu marginal total au coût marginal total au point E à la quantité Q_t . Il va diviser la production totale en 2 (Q_1 et Q_2) qui seront vendues au prix P_1 et P_2 . A quel prix vendre les biens sur chaque marché?

$$Rm = P(1 - 1/e_p)$$

$$Rm_1 = P_1(1 - 1/e_{p1})$$

$$Rm_2 = P_2(1 - 1/e_{p2})$$

A l'équilibre on a

$$Rm_1 = Rm_2 = Cm$$

$$P_1(1 - 1/e_{p1}) = P_2(1 - 1/e_{p2})$$

$$P_1/P_2 = (1 - 1/e_{p2}) / (1 - 1/e_{p1})$$

$$\text{Si } P_1 > P_2 \Rightarrow (1 - 1/e_{p2}) / (1 - 1/e_{p1}) > 1 \Rightarrow e_{p2} > e_{p1}$$

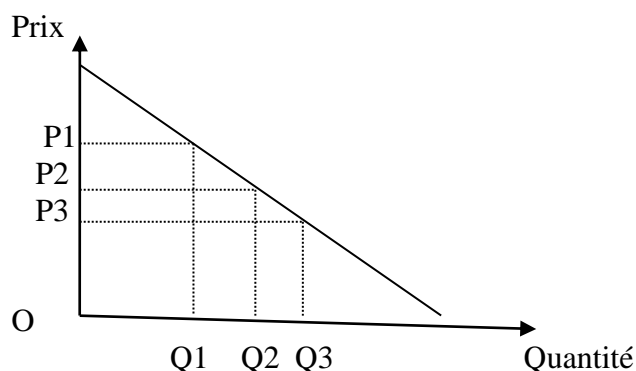
Le prix est plus élevé sur le marché où l'élasticité de la demande est la plus faible en valeur absolue.

Exemple : Les billets d'avion en fonction de l'âge ou en fonction du nombre de jours à passer.

7.2 La discrimination du second degré du prix

Cette pratique se voit lorsque le monopoleur fixe au consommateur un prix plus bas lorsque la quantité consommée augmente sous l'hypothèse que le prix n'est pas la conséquence du coût de production faible.

Exemple : Les prix d'électricité



Lorsque la quantité est Q1, le prix est P1. Il devient P2 lorsque la quantité passe à Q2

7.3 La discrimination du premier degré du prix ou discrimination parfaite

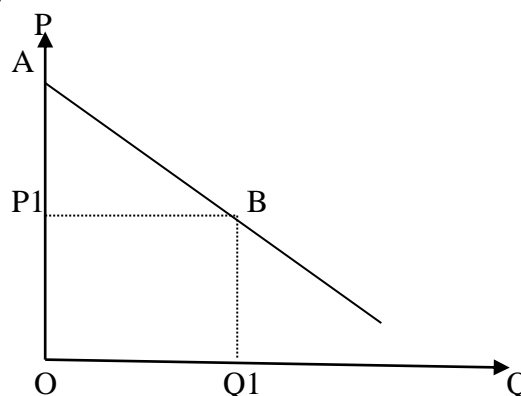
La firme traite chaque demande individuelle séparément. Chaque consommateur constitue un marché séparé. On arrive ainsi à fixer à chaque consommateur le prix maximum qu'il est en mesure de payer plutôt que de ne pas avoir le bien. La notion de surplus du consommateur émane de cette discrimination parfaite.

Le surplus du consommateur

Le surplus du consommateur représente l'utilité additionnelle gagnée du fait que le consommateur paie moins pour un bien qu'il serait prêt à payer.

Autrement dit le surplus du consommateur est égal à la différence entre la somme maximale de monnaie qu'il est disposé à payer et la dépense qu'il supporte effectivement.

Sur le graphique suivant, le surplus du consommateur est la surface P1AB. OA est le prix maximum que le consommateur est disposé à payer



Soit $S = \text{aire}(OABQ_1) - \text{aire}(OP_1BQ_1)$

$$\text{Aire}(OABQ_1) = \int_0^{Q_1} P dq$$

$$\text{Aire}(OP_1BQ_1) = P_1 Q_1$$

$$\text{D'où } S = \int_0^{Q_1} P dq - P_1 Q_1$$

Exemple : la demande d'un bien est $q = -1/2 P + 5$

Calculer le surplus du consommateur lorsqu'il achète le bien au prix $P_1 = 2$

$$q = -1/2 P + 5 \text{ d'où } P = -2q + 10$$

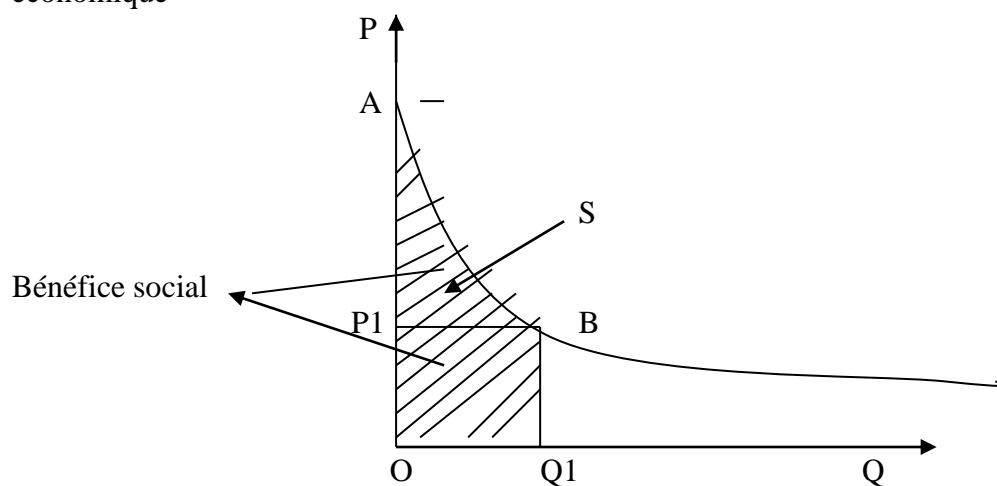
Pour $P_1=2$, on $q_1=4$

$$\begin{aligned} \text{D'où le surplus } S &= \int_0^{q_1} P dq - P_1 Q_1 = \int_0^4 (-2q + 10) dq - 2 \times 4 \\ &= [-q^2 + 10q]_0^4 - 8 = 16 \\ &= (40 - 16) - 8 = 16 \end{aligned}$$

Bénéfice social, surplus social et surplus des producteurs

Supposons que le surplus du consommateur $S = \int_0^{Q_1} P dq - P_1 Q_1$ résulte de la réalisation d'un

projet qui fournit une quantité Q_1 d'un bien au prix P_1 . On sait que les consommateurs dépensent effectivement $P_1 Q_1$; mais sont disposés à payer aussi S pour avoir Q_1 . La volonté totale de payer des consommateurs est alors $S + P_1 Q_1$. Cette volonté totale de payer est appelée bénéfice social du projet ou encore variation d'utilité collective ou encore surplus économique

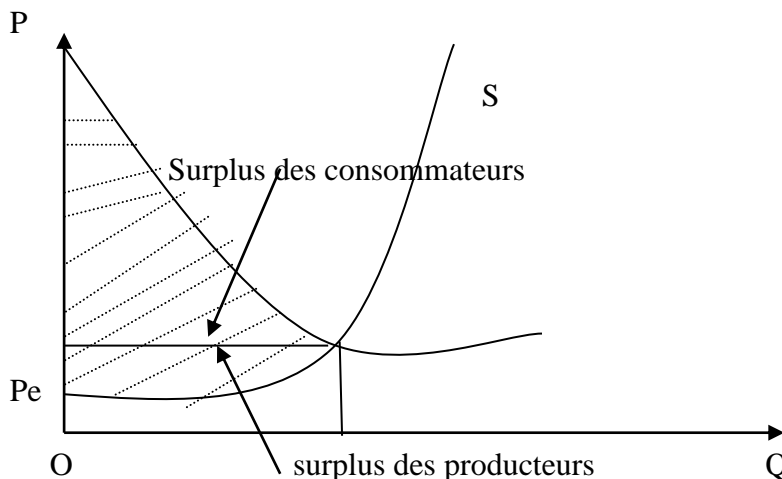


Bien entendu le projet qui a mis à la disposition des consommateurs la quantité Q_1 a nécessité un coût de production.

On appelle surplus social, le bénéfice social moins le coût de production

On appelle surplus des producteurs, la différence entre les dépenses des consommateurs (ce qui est une recette pour les producteurs et le coût de production.

Ainsi, le surplus social est égal à la somme du surplus des consommateurs et du surplus des producteurs.



II L'oligopole

1) Définition et causes

a) Définition

L'oligopole est une structure de marché dans laquelle il y a un nombre limité de vendeurs. Ceci amène les entreprises à reconnaître leur interdépendance mutuelle

Exemples :

Dans le cas de l'oligopole pur, nous avons les industries de ciment.

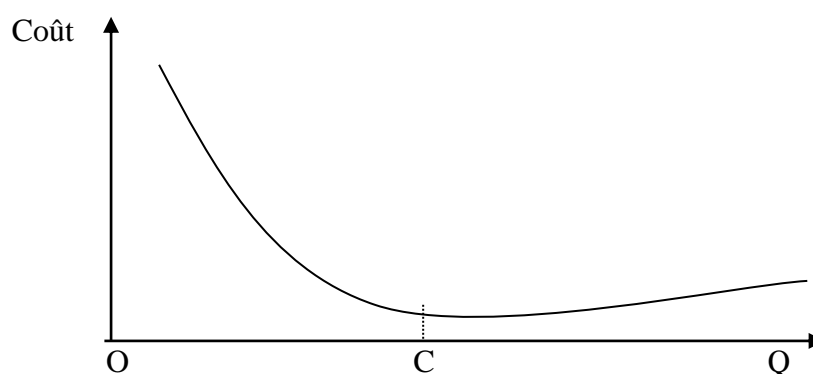
Dans le cas de l'oligopole différencié, nous avons les industries automobiles.

b) causes

- L'existence d'économie d'échelle ou l'oligopole naturel

- la fusion

La première cause se produit quand le coût moyen d'une entreprise décroît quand sa production augmente, ceci pouvant être le résultat d'une technologie nouvelle.



Au-delà de C, il n'y a plus d'économie d'échelle

c) Les différents types d'oligopoles

Il existe trois types d'oligopoles classés selon le degré de communication, de coordination et de collusion.

Par communication, l'on entend la capacité des entreprises à se signaler leurs intentions mutuellement.

Par coordination, l'on entend la capacité des entreprises à relier leurs décisions de production à celle d'autres entreprises dans la même industrie.

L'on entend par collusion, un accord formel ou informel parmi les entreprises dans une industrie sur la manière de fixer les prix ou de partager le marché. Il peut y avoir une collusion ouverte comme l'OPEP, l'OIC, et des collusions tacites comme l'existence d'une firme pilote.

Les différents types d'oligopole

Classe	Comportement	Description
1	Non-organisées et sans collusion	Très proche de la concurrence monopolistique Théorie : Courbe de demande coudée
2	Organisées et en collusion	Cartel (OPEP, OIC etc) Incitation à tricher Instabilité
3	Non organisées et en collusion	Firme pilote(Stackelberg)

Pr Fritz Machlup

Dans la classe 1, s'il y a deux entreprises, on parle du duopole de Cournot.

Le modèle de variation conjecturale de l'oligopole

La clef pour l'étude du modèle d'oligopole non collusif se trouve dans les conjectures que chaque concurrent doit faire au sujet du comportement de l'autre quant à la réaction à une variation de la quantité ou du prix

- variation conjecturale de l'output :

$$\text{Firme } i, q_i \quad \frac{\Delta q_i}{\Delta q_j}$$

Firme j, q_j

- variation conjecturale des prix :

$$\frac{\Delta P_i}{\Delta P_j}$$

La valeur de chacun des ratios représente la conjecture qu'une firme se fait quant à la réaction de sa rivale quant à la variation de son output ou de son prix. Pour la classe 1, c'est la variation conjecturale des prix et pour les autres, c'est la variation de l'output.

Le comportement général de l'oligopole

Il n'existe pas de théorie standard d'oligopole telle qu'il en existe pour la CPP.

Chaque oligopole agit selon la classe à laquelle il appartient. Cependant, un comportement fondamental à tous les oligopoles : toutes les actions considérées doivent être prises après la variation des réactions attendues des firmes rivales. Ce scénario a été schématisé sous forme matricielle et sous forme de jeu.

ACTION DE L'OLIGOPOLE	Prix	REACTION DES RIVAUX		
	Prix	↑	=	↓
↑		1 G	2 G	3 P
=		4 G	5 O	6 P
↓		7 G	8 G	9 P

G = Gain

P = Perte

O = aucun des deux

Hypothèses

H1 : la firme oligopolistique et ses rivales vendent au même prix

H2 : si la firme oligopolistique augmente son prix et toutes les autres augmentent également leur prix, les profits de celle qui a initié l'augmentation va s'augmenter.

H3 : si l'entreprise oligopolistique baisse son prix et qu'aucune de ses rivales ne la suit, le profit de l'initiateur va s'augmenter. Au contraire si les rivales réagissent en baissant leurs prix autant, le profit de l'oligopoleur va baisser.

Le profit de l'oligopoleur n'est donc pas déterminé par son seul comportement mais par celui de ses rivaux. Il existe donc autant de solutions possibles d'oligopoles reposant chacune sur un ensemble d'hypothèses. Aussi des modèles de solutions classiques, on retiendra :

- Le duopole de Cournot (Augustin Cournot, 1838, économiste français)
- Le modèle de Stackelberg,
- Le modèle de l'entente ou collusion

a) Le modèle de Cournot

Supposons qu'il y ait seulement 2 entreprises dans une industrie. On dit qu'il y a duopole, C'est le professeur Augustin Cournot qui a développé cette théorie en 1838.

On suppose que les deux entreprises A et B produisent un bien homogène, soit l'eau minérale sans coût de production,

L'hypothèse centrale est que chacune des deux entreprises essaient de maximiser son profit sous l'hypothèse que l'autre entreprise maintiendra sa production constante.

$$\left(\frac{\Delta q_2}{\Delta q_1}\right)_{F_2} = \left(\frac{\Delta q_1}{\Delta q_2}\right)_{F_1} = 0$$

$$q = q_1 + q_2 \text{ avec } \begin{array}{l} q_1 \Rightarrow F_1 \\ q_2 \Rightarrow F_2 \end{array}$$

$P = f(q_1 + q_2)$ demande

Le profit des 2 entreprises

$$RT_1 = q_1 P(q_1 + q_2) = R_1(q_1 + q_2) = \text{recette totale de la firme 1}$$

$$RT_2 = q_2 P(q_1 + q_2) = R_2(q_1 + q_2) = \text{recette totale de la firme 2}$$

Soient $C_1 = C_1(q_1) = \text{coût de production de la firme 1}$

$C_2 = C_2(q_2) = \text{coût de production de la firme 2}$

$$\Pi_1 = R_1 - C_1$$

$$\Pi_2 = R_2 - C_2$$

On cherche à trouver $P, q_1, q_2, \Pi_1, \Pi_2$

CNPO

$$(1) \frac{d\Pi_1}{dq_1} = \frac{dR_1(q_1, q_2)}{dq_1} - \frac{dC_1}{dq_1} = 0 \Rightarrow R_{m1} = C_{m1}$$

$$(2) \frac{d\Pi_2}{dq_2} = \frac{dR_2(q_1, q_2)}{dq_2} - \frac{dC_2}{dq_2} = 0 \Rightarrow R_{m2} = C_{m2}$$

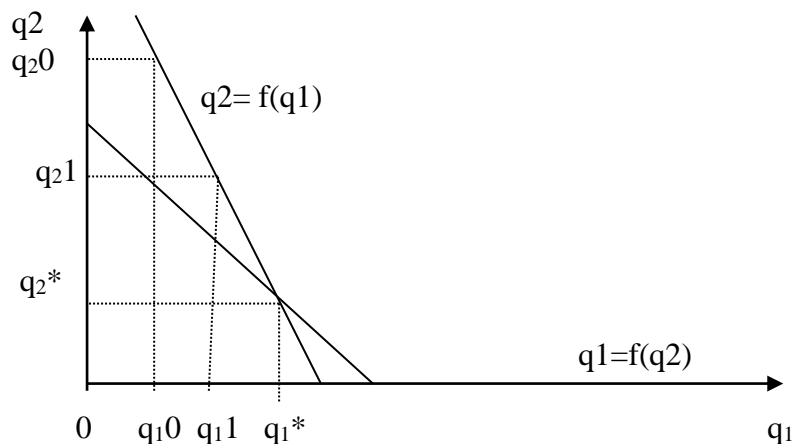
En résolvant (1) et (2) simultanément, on obtient :

$$q_1 = q_1(q_2)$$

$$q_2 = q_2(q_1) \text{ qui sont des fonctions de réaction}$$

Détermination du point d'équilibre des modèles de Cournot

Le point d'équilibre est obtenu à l'intersection des courbes représentant les deux fonctions de réaction



Le modèle de Cournot est statique avec un processus d'ajustement qui converge vers le point d'équilibre. Ce qui démontre de la stabilité de ce point. Si l'on débute par q_2^0 , arbitrairement, la firme F2 va s'ajuster en produisant q_1^0 ce qui va déclencher une réaction de F2 qui va produire q_2^1 . Il y aura une convergence vers q_1^* et q_2^*

NB : Le modèle de Bertrand

Si le prix plutôt que le niveau de production est supposé constant, alors on a le modèle de Bertrand

Le modèle de Cournot est un modèle théorique intéressant mais plutôt artificiel. Il fait l'hypothèse que les firmes tout en reconnaissant leur interdépendance ignorent que le niveau de production de l'une peut affecter celui de l'autre.

b) Le modèle de Stackelberg

L'hypothèse de Stackelberg conduit à une généralisation du modèle de Cournot. Chaque firme sait non seulement que sa propre situation dépend des réactions de sa concurrente mais sait aussi qu'il en est de même pour l'autre entreprise. Elle s'efforce de ce fait d'anticiper les réactions que ses propres décisions auront sur les choix de sa concurrente. Ce modèle revient en fait à distinguer dans le cas du duopole une firme meneur (leader, maître) et une firme suiveur (« follower » ou satellite)

Le leader est supposé connaître la fonction de réaction $q_2 = \varphi(q_1)$ de la firme suiveur. La firme leader agit donc en intégrant dans sa fonction de profit la réaction de la firme suiveur :

$$\Pi_1 = q_1 P(q_1, \varphi(q_1))$$

Le profit du meneur se ramène à une fonction de la variable q_1 seule et peut être maximisé par rapport à cette seule variable.

Dans cette situation, la production du suiveur résultera de sa fonction de réaction

$q_2 = \varphi(q_1)$; son profit est $\Pi_2 = q_2 P(q_2, q_1^*)$ où q_1^* est la production optimale de la firme leader. Ce profit est fonction d'une seule variable q_2 , et sa maximisation nécessite la détermination de q_1^* , production optimale de la firme leader, et du prix d'équilibre P

c) Le modèle des cartels

Le modèle du cartel tient compte de l'interdépendance mutuelle non seulement de la production mais aussi sur le marché. Ce modèle se rencontre dans la classe 2 d'oligopole où les firmes sont organisées et en collusion.

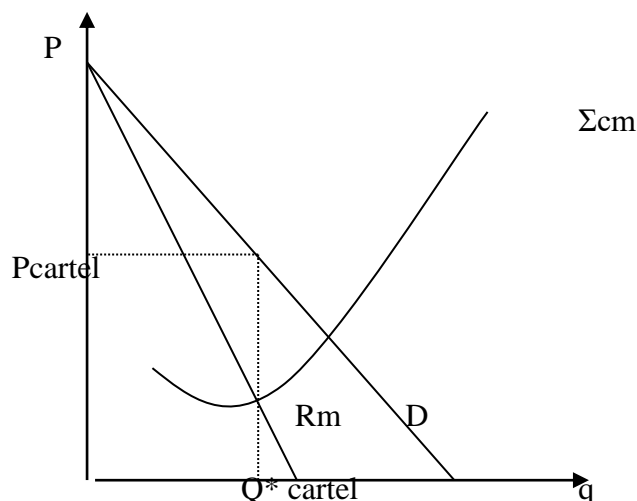
Définition du cartel

Le cartel est une association ou un groupe d'entreprises indépendantes ou de pays qui se sont mis d'accord pour ne pas se faire concurrence ou tout au moins de limiter l'étendue de cette concurrence sur un marché.

Un cartel peut prendre la forme d'une entente ouverte, les membres souscrivant à un contrat ayant force exécutoire relatif au prix, à la quantité et donc au profit.

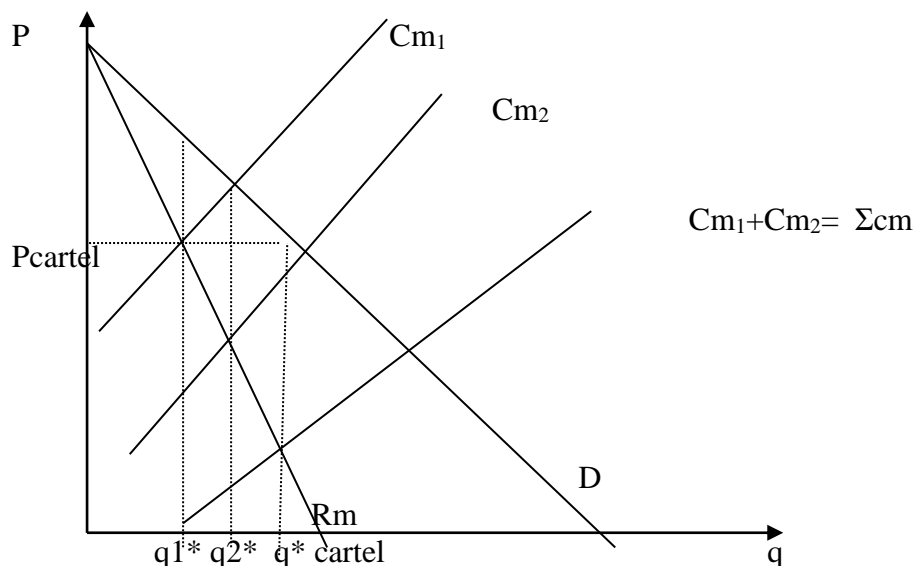
Ce genre de cartel centralisé (kartell, mot allemand) détermine l'origine des politiques pour tous les membres avec comme objectif, le maximum de profit. Le modèle centralisé conduit au monopole

Maximisation du profit du cartel centralisé (= monopole)



Après l'obtention de la quantité du cartel, il faut répartir cette production en quotas à chaque membre. Cette répartition doit être de sorte que le C_m de chaque membre soit le même et le profit partagé équitablement.

Exemple : cartel de deux membres : maximisation du profit joint



C_m du cartel = sommation horizontale des C_m des membres

Allocation de l'output parmi les membres

L'output doit être réparti de sorte que $R_m(q^*) = C_{m1}(q_1^*) = C_{m2}(q_2^*)$

$Q_c = q_1^* + q_2^*$; $C_{m1}(q_1^*) = C_{m2}(q_2^*)$

L'incitation à tricher et l'instabilité du cartel

A tout niveau de production, le cartel central doit minimiser les coûts. Cet objectif peut être atteint en allouant des quotas aux membres de telle sorte que les coûts marginaux soient les mêmes. Si l'allocation était faite autrement, les coûts ne seraient pas à leur niveau minimum. Au prix du cartel tout membre peut accroître son revenu en vendant au-delà de son quota à un prix inférieur au prix du cartel central.

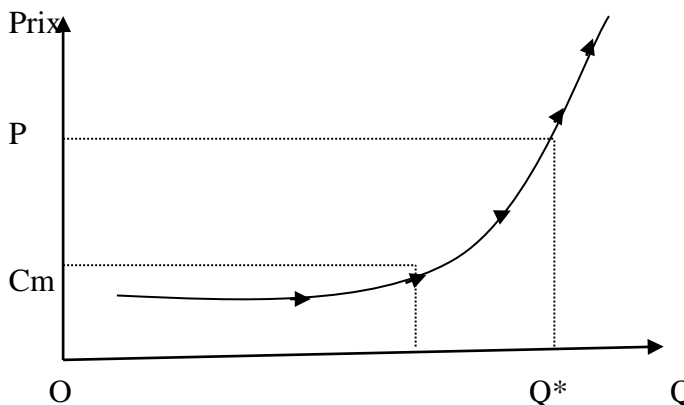
$$\Pi_c = (q_1 + q_2 + \dots + q_n)P(q_1, q_2, \dots, q_n) - \sum_{i=1}^n C_i(q_i)$$

CPO

$$d\Pi_c/dq_i = P + (q_1 + q_2 + \dots + q_n)dP/dq_i - C_{mi} = 0 \text{ d'où } P > C_{mi}$$

Conséquence

Les cartels ne peuvent subsister à long terme à cause de l'incitation à tricher en augmentant q_i pour rétablir $C_{mi} = P$. Les cartels sont plus aptes à tenir ensemble quand leur nombre est limité parce que cela limite les coûts de surveillance des membres.



d) La concurrence monopolistique

Définition

C'est une structure du marché qui contient à la fois les éléments de monopole et de concurrence. Les éléments de concurrence émanent du grand nombre de vendeurs pour qu'aucun d'entre eux ne puissent affecter ses concurrents par ses actions.

Elle a des éléments de monopole parce que chaque producteur fait face à une courbe plate. Il y a une différenciation de produit. Le prix est une fonction de la quantité vendue par les n producteurs qui constituent la branche.

La théorie de la concurrence monopolistique a été initiée dans les années 1930 par deux auteurs Edward Chamberlin aux USA et Joan Robinson en Grande Bretagne.

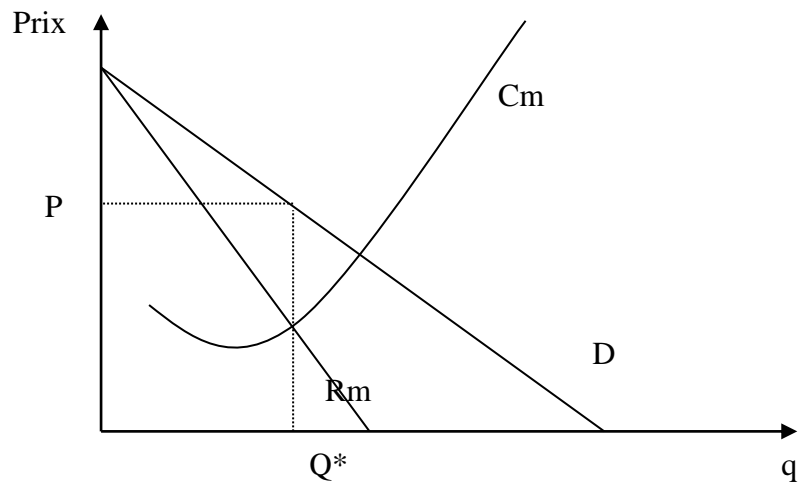
Exemple : les marques de dentifrices, d'automobiles

Les hypothèses de la concurrence monopolistique

- La différenciation : il n'y a plus d'homogénéité des produits
- Le groupe de produit (ou branche) est une tentative de définition d'une industrie de firmes dont les produits ne sont pas identiques
- La concurrence au sein du groupe : elle est atomistique, il y a plusieurs firmes et l'entrée est libre
- Toutes les firmes du groupe ont des courbes de coût identiques et font face à des concurrents pour leurs différents produits.

Equilibre à court terme en concurrence monopolistique

Etant donné qu'il existe un grand nombre de substituts, la courbe de demande d'une firme monopolistique est relativement élastique mais à une pente négative. Le niveau de production d'équilibre à court terme de l'entreprise est donné par le point où sa courbe de coût marginal coupe en remontant sa courbe de revenu marginal sous réserve qu'à ce niveau de production $P \geq \min CVM$



A long terme le $\Pi = 0 \Rightarrow P = C_m$

En conclusion, en longue période, le schéma de CPP se trouve réintégré.