

## Chapitre 5 : Concurrence parfaite et concurrence imparfaite

### 5.1. Le modèle de concurrence parfaite

#### 5.1.1. Les hypothèses

Ce modèle est fondé sur cinq hypothèses centrales :

- **Atomicité** : existence d'un grand nombre d'offreurs indépendants sur le marché ; les firmes sont de petite taille, de sorte qu'aucune d'entre elles ne peut exercer une quelconque influence sur les autres offreurs.
- **Homogénéité** : le produit offert par les différentes firmes est le même (perçu identiquement par les consommateurs)
- **Information complète** : les agents économiques (consommateurs et producteurs) sont parfaitement informés sur les prix pratiqués par toutes les firmes présentes sur le marché.
- **Mobilité** : les facteurs de production (capital, travail, technologie) peuvent être alloués et réalloués en fonction de la rentabilité escomptée. Cela implique que chaque firme accède librement à toutes les technologies de production.
- **Libre entrée** : les firmes peuvent entrer ou sortir librement du marché, sans contrainte<sup>25</sup> ni frais.

Il est supposé, dans ce modèle, que l'objectif de chaque firme est de maximiser son profit. La référence à cet objectif implique que chaque firme tend à égaliser son coût marginal au prix du marché.

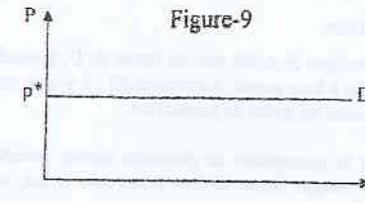
La règle d'optimalité est donc :  $Cm = P$ .

Compte tenu des hypothèses formulées, on peut dire que chaque firme fait face à une demande infiniment élastique :

- si une firme fixe un prix supérieur à celui des autres offreurs, la demande qui lui est adressée chute à zéro.
- Si elle fixe un prix inférieur à celui des concurrents, elle reçoit toute la demande du marché qui constitue alors un volume trop élevé, compte tenu de sa capacité (cf. hypothèse d'atomicité).

<sup>25</sup> Barrières technologiques, contraintes liées à l'accès aux contraintes technologiques, etc.

Pour résumer cette situation, on suppose que la demande adressée à chaque firme est horizontale.



Cela signifie que, sur un marché concurrentiel (concurrence parfaite), chaque firme est en position de *Price taker*, d'où la condition d'égalité entre le coût marginal et le prix du marché (prix exogène) pour la maximisation du profit.

Ce modèle montre que la concurrence conduit à un équilibre de marché efficient :

- Chaque firme établit un niveau d'output efficient, c'est à dire qui correspond à l'égalité entre le coût marginal et le prix (efficacité allocative)
- Sous l'hypothèse de libre entrée, les firmes produisent dans une optique de long terme un volume d'output correspondant au minimum de leur coût moyen. De plus, le nombre de firmes activant sur le marché est déterminé par les conditions d'optimalité à long terme (un nombre d'entreprises plus élevé ou moins élevé que le nombre optimal implique un coût total plus important pour le même niveau d'output).

*Note* : le concept d'efficacité évoqué ci-dessus n'intègre pas le progrès technique. Il s'agit donc d'une efficacité statique, même si les arguments s'appuient sur un équilibre de long terme. Il convient alors de reformuler la conclusion comme suit :

*La concurrence parfaite implique une efficacité maximale au sens statique, c'est à dire pour un niveau technologique donné*

#### 5.1.2. Nombre d'entreprises et profit dans le long terme

L'équilibre de long terme dans le modèle de CPP est un état limite vers lequel convergent les firmes dans un processus d'entrées et de sorties successives du marché.

- ✓ Tant que les firmes en place réalisent des profits positifs, de nouvelles entreprises sont attirées, ce qui a pour effet de réduire le taux de profit.
- ✓ Si, au contraire, les firmes en place font des pertes, l'industrie n'est plus attractive et certaines d'entre elles (les moins performantes) sortent du marché.

Cela implique que, dans une optique de long terme, le sur-profit s'annule ou encore : le prix est égal au minimum du coût moyen de long terme.

Ce mécanisme conduit à une stabilité de la structure concurrentielle (nombre de firmes stables dans l'industrie) et, à l'équilibre, il n'y a ni entrée ni sorties d'entreprises.

### 5.1.3. Taille des entreprises

En supposant que les fonctions de coûts sont en forme de U, le modèle implique que toutes les usines sont de même taille à long terme. Autrement dit : il y a un seul niveau d'output (échelle de production) qui minimise les coûts de production.

Dans ces conditions, si la possession de plusieurs usines entraîne des coûts managériaux supplémentaires, alors, chaque firme détient une seule usine, ce qui implique une taille identique pour les différentes entreprises.

Si, par contre, les facteurs de gestion sont nuls, il existe un grand nombre de configurations possibles de l'industrie, en cohérence avec les hypothèses du modèle (...production au minimum du  $C_m$ ...).

Il est évidemment difficile de trouver des exemples d'industries fonctionnant selon les mécanismes de la concurrence pure et parfaite (CPP). Ce modèle ne constitue qu'une approximation du comportement des firmes.

Il y a même des résultats empiriques qui montrent que le modèle de CPP ne constitue pas toujours une bonne approximation du comportement des entreprises.

Des études effectuées sur des industries comportant plusieurs petites firmes fournissent, en effet, des résultats qui sont en désaccord avec les mécanismes décrits plus haut. Il s'agit, notamment, des observations suivantes :

- dans plusieurs cas, les entrées et sorties de firmes interviennent simultanément,
- la distribution de la taille des firmes montre un certain nombre de permanences statistiques (similitude de la forme des histogrammes de distribution de la taille des entreprises dans plusieurs industries et plusieurs pays). Les résultats montrent, en particulier, que la distribution n'est pas concentrée sur une seule taille.

### 5.2. Le modèle de la sélection concurrentielle

Les observations qui précèdent suggèrent une extension du modèle en considérant le cadre plus large de la « sélection concurrentielle ». Les hypothèses suivantes sont maintenues :

1. les firmes sont en position de « Price taker »
2. le produit est homogène
3. l'information sur les prix est parfaite.

Mais on suppose, contrairement au modèle de CPP, que

4. les firmes doivent payer un coût irréversible pour entrer dans l'industrie,
5. toutes les firmes n'ont pas accès à la même technologie.

Ces hypothèses impliquent que les différentes firmes n'ont pas le même degré d'efficacité, ce qui signifie qu'elle n'ont pas les mêmes fonctions de coût : les firmes les plus efficaces se caractérisent par un coût marginal plus faible.

Ces différences d'efficacité peuvent résulter de plusieurs facteurs tels que les capacités (variables) des managers à assurer une utilisation optimale des ressources de l'entreprise.

On peut également supposer que chaque firme a une connaissance « incertaine » de son niveau d'efficacité. Son expérience dans l'industrie lui permet –après un certain temps– d'avoir une estimation plus au moins précise de son niveau d'efficacité.

À chaque période, la firme choisit un niveau d'output en fonction de son estimation actuelle de son niveau d'efficacité. Autrement, elle fixe un niveau d'output tel que le prix est égal au coût marginal estimé.

Compte tenu des éléments qui précèdent, on peut déduire que :

- les firmes qui reçoivent plusieurs signaux négatifs (coûts élevés) révisent à la baisse l'estimation de leur niveau d'efficacité, réduisant leur niveau d'output et éventuellement, se retirent de l'industrie,
- les firmes recevant des signaux positifs (coûts maîtrisés) demeurent actives et augmentent progressivement leur niveau d'output.

Le modèle de « sélection concurrentielle » est plus cohérent avec les résultats des études empiriques concernant les différences de taux de profits et la possibilité d'entrées et sorties simultanées des firmes. En effet, l'existence de fonctions de coûts différentes implique des taux de profits différents.

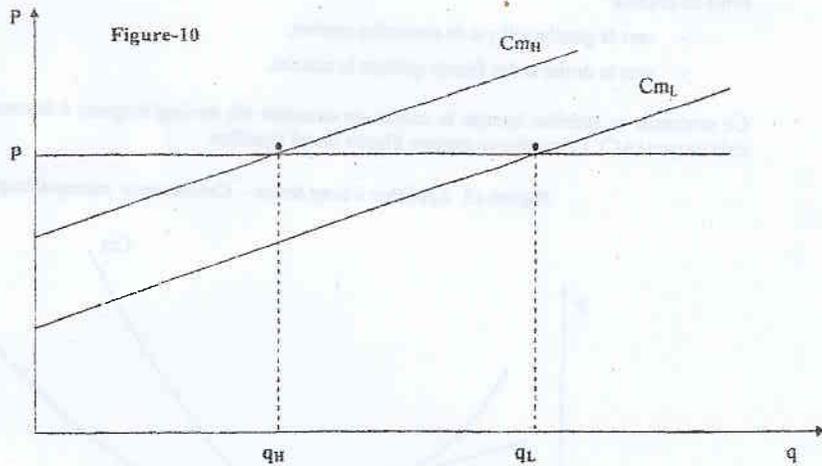
Par ailleurs, les firmes fondent leurs décisions d'entrée ou de sortie sur l'appréciation qu'elles se font de leur propre efficacité :

- celles qui activent dans l'industrie et qui accumulent des signaux négatifs sont poussées à réduire leur activité (leur taille) puis à sortir du marché,
- les nouveaux entrants n'ont qu'une idée vague de leur propre niveau d'efficacité. Il s'en suit logiquement que l'efficacité escomptée (attendue) est meilleure que celle des firmes sortantes.

*(No news is better than bad news).*

Ainsi, il est possible qu'une firme (sans information sur sa propre efficacité) entre au moment où une autre firme (avec une estimation défavorable de son efficacité) sort de l'industrie.

Les entreprises les plus efficaces sont celles qui ont le plus faible coût marginal. Celles-ci peuvent vendre un plus grand volume d'output, en vertu de la règle d'égalisation du prix ou coût marginal escompté (voir graphe suivant).



$$C_{ML} < C_{MH} \Rightarrow q_L > q_H$$

La sélection du marché fait que les firmes qui demeurent actives se caractérisent par un niveau d'efficacité (et d'output) plus élevés que la moyenne. Inversement, les firmes sortantes, aussi bien que les entrants, ont des tailles inférieures à la moyenne. De ce point de vue également, le modèle est en cohérence avec les résultats des études empiriques.

Le cadre théorique de la sélection concurrentielle permet d'améliorer l'adéquation Modèle/Observation tout en préservant le principe de l'efficacité allocative et productive (incitation à la minimisation des coûts, égalisation du prix et du coût marginal).

### 5.3. La concurrence monopolistique

Une des critiques les plus fréquemment adressées au modèle de concurrence parfaite concerne l'hypothèse d'homogénéité du produit qui stipule que toutes les firmes offrent un bien ou service identiquement perçu par les consommateurs.

En effet, il existe plusieurs industries comprenant un grand nombre d'entreprises (comme dans le modèle de CPP) mais dont les produits ne sont pas identiques

Exemples :

- marché de la restauration : différents restaurants offrent des menus et des services qui peuvent être très différenciés,
- marché des cosmétiques : les produits offerts sont très différenciés ; un même produit de base n'est pas perçu identiquement par les utilisateurs,
- industrie de l'automobile : le produit de base répond à un même besoin (le transport) mais la perception des consommateurs relève d'un grand nombre d'attributs (esthétique, confort, distinction,...) qui sont autant de facteurs de différenciation, etc.

C'est par rapport à ces éléments de différenciation que le modèle de concurrence parfaite est défaillant. Le modèle de concurrence monopolistique se présente comme une alternative permettant de tenir compte de ce type d'industries. Deux versions très proches de ce modèle furent proposées simultanément (en 1933) par J. Robinson<sup>26</sup> et E. Chamberlain<sup>27</sup>

Comme son nom l'indique, le modèle de concurrence monopolistique s'inspire des deux modèles extrêmes de concurrence parfaite et de monopole.

#### 5.3.1. Les hypothèses

- On suppose (comme dans le cas de CPP) que l'industrie comporte un grand nombre de firmes, de sorte que l'influence que peut avoir chaque entreprise sur ses rivales est négligeable.
- Mais, du fait de la différenciation, la courbe de demande à laquelle fait face chaque firme n'est plus horizontale. Autrement dit, chaque firme est *Price maker* et non *Price taker*.
- Enfin, le modèle adopte l'hypothèse de libre entrée/sorties et de libre accès aux technologies disponibles.

En résumé, le modèle de concurrence monopolistique maintient toutes les hypothèses de la concurrence parfaite, à l'exception de celle relative à l'homogénéité du produit.

#### 5.3.2. L'équilibre à court terme

Sur la Figure-11 ci après, la droite *d* représente la courbe de demande d'une firme « représentative » et *Rm* la courbe de revenu marginal correspondante. Le graphe représente également la fonction de coût moyen (courbe AC) et de coût marginal (courbe *Cm*).

Pour maximiser son profit, la firme détermine un niveau d'output tel que le revenu marginal est égal au coût marginal, soit le niveau  $q_{SR}$ . A ce niveau d'output, le prix reçu par chaque firme ( $P_{SR}$ <sup>28</sup> sur le graphe) est supérieur au coût moyen :  $P_{SR} > AC(q_{SR})$ .

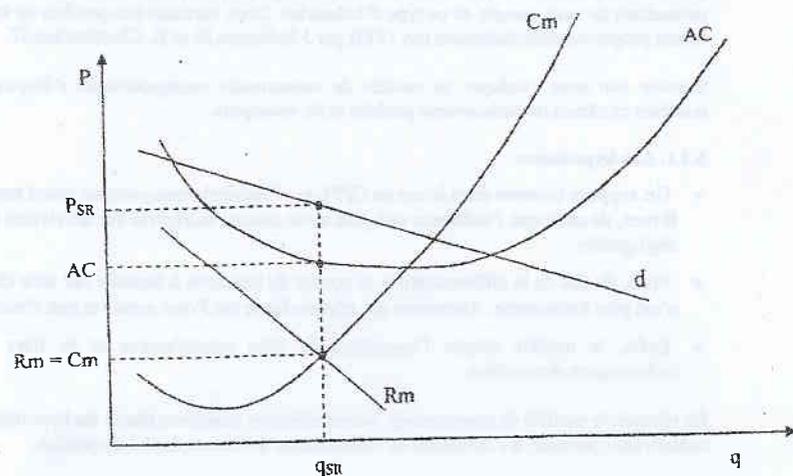
Mais, dans une optique de court terme, on peut avoir un équilibre différent de celui décrit dans la Figure-11. On peut, en particulier si la courbe de demande passe sous la courbe de coût moyen, avoir un équilibre dans lequel le prix est inférieur au coût moyen, ce qui correspond à une situation où le profit est négatif.

<sup>26</sup> J. Robinson, « The economics of imperfect competition », Mc Millan and Co, 1933.

<sup>27</sup> E. H. Chamberlain, « The theory of the monopolistic competition », Harvard University Press, 1933.

<sup>28</sup> SR pour « Short Run » = court terme.

Figure-11 Équilibre à court terme - Concurrence monopolistique



Cette situation peut se présenter lorsque l'introduction de nouveaux concurrents provoque une baisse de la part de marché de chaque firme en place.

### 5.3.3. L'équilibre à long terme

D'une manière générale, si  $p > AC(q_{SR})$ , les concurrents potentiels sont disposés à entrer dans le marché qui est attractif ( $\Pi > 0$ ). Cela est possible car les firmes ont accès à la même technologie et chaque firme ne peut avoir qu'une influence négligeable sur ses rivales.

Dans le cas de la Figure-11, le profit  $\Pi = (P_{SR} - AC(q_{SR})) \cdot q_{SR}$  est positif, ce qui contribue à attirer de nouveaux concurrents.

Tant que le marché est attractif, le mouvement d'entrées se poursuit, contractant les parts de marché et réduisant le taux de profit des firmes en place. Ce processus peut conduire à une situation où le profit des firmes devient négatif.

Dans ce cas, c'est-à-dire si  $p < AC(q_{SR})$  les firmes préfèrent quitter l'industrie, ce qui permettra de rendre le profit positif, etc.

L'équilibre de long terme est alors la situation dans laquelle

1. les firmes maximisent les profits :  $Rm = Cm$ ,
2. le profit est nul ( $P = AC$ ) et le nombre de firmes se stabilise (aucune force n'invite à la sortie de firmes actives ou à l'entrée de nouveaux concurrents).

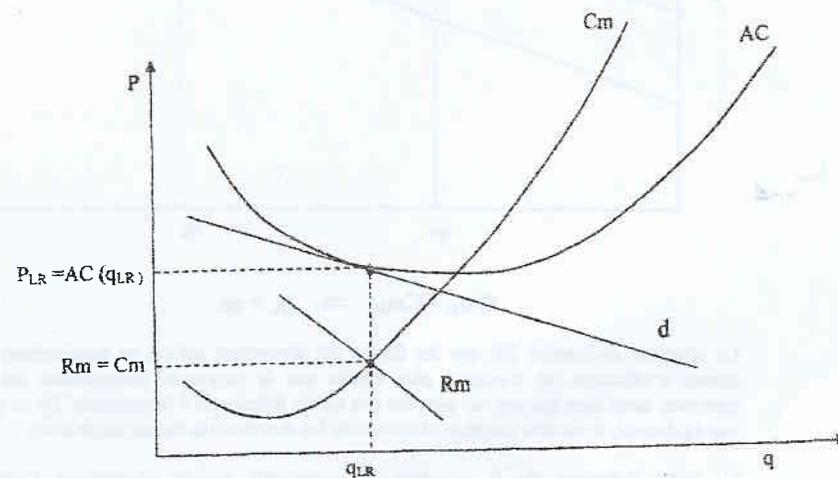
Autrement dit :

Dans le processus d'ajustement du nombre de firmes, la courbe de demande ( $d$ ) de chaque firme se déplace

- vers la gauche s'il y a de nouvelles entrées,
- vers la droite si des firmes quittent le marché.

Ce processus se stabilise lorsque la courbe de demande ( $d$ ) devient tangente à la courbe de coût moyen ( $AC$ ). Le graphe ci-dessous illustre un tel équilibre.

Figure-12 Équilibre à long terme - Concurrence monopolistique



La comparaison de ce modèle avec celui de la concurrence parfaite montre qu'il y a un point commun important, à savoir : la disparition du profit à long terme. Elle montre également qu'il y a une différence importante concernant la condition d'optimalité : à long terme, on a l'égalité  $p = AC$  alors que dans le modèle de CPP, la condition est  $p = \text{Min } AC$ .

Autrement dit, les mécanismes du marché – dans le modèle de concurrence monopolistique – ne conduisent pas l'entreprise à produire au minimum de son coût moyen : le prix est supérieur au minimum du coût moyen. Cela signifie également que le prix est supérieur au coût marginal<sup>29</sup>, contrairement au cas de la concurrence parfaite.

*Remarque : les deux modèles (concurrence parfaite et concurrence monopolistique) sont basés sur l'hypothèse de libre entrée, hypothèse impliquant la disparition du profit à long terme. Mais l'annulation du profit n'implique pas nécessairement l'égalité entre prix et coût marginal (efficacité maximale). Cette égalité est réalisée dans le modèle de concurrence parfaite mais pas dans celui de la concurrence monopolistique.*

<sup>29</sup> Nous avons montré dans la section I : « Bases microéconomiques de l'économie industrielle » que les courbes AC et Cm se coupent au minimum de AC.

Jusqu'ici, nous avons exposé les deux modèles extrêmes (Monopole et concurrence parfaite) ainsi que des modèles intermédiaires (firme dominante, sélection compétitive, concurrence monopolistique). Les considérations d'ordre stratégique sont absentes de ce type de modèles, notamment parce que les actions de chaque firme ont une influence négligeable sur ses rivales (hypothèse d'atomicité) ou parce que le marché comporte un seul offreur (monopole).

Les modèles précédents ne couvrent pas les cas où le marché comporte un certain nombre de grandes firmes. Dans de telles structures de marchés, les considérations stratégiques jouent un rôle important : dans un processus de décision, une firme doit évaluer l'impact que ses actions peuvent avoir sur ses rivales ainsi que les réactions possibles de ces dernières. Elle doit également essayer d'anticiper les actions possibles de ses rivales. Les modèles d'oligopoles (Section V) intègrent ce type de préoccupation.

### Concurrence parfaite et imparfaite

#### Résumé :

- la concurrence parfaite implique une efficacité maximale au sens statique, c'est à dire pour un niveau technologique donné.
- L'hypothèse d'homogénéité du produit et l'incertitude concernant l'efficacité des firmes réconcilient le modèle de concurrence parfaite avec les faits observés concernant :
  1. les entrées / sorties simultanées
  2. tailles relativement faibles des firmes entrant ou sortant de l'industrie.
- Les profits d'équilibre en concurrence monopolistique sont nuls, mais les firmes ne produisent pas au minimum de leur coût moyen.

#### Concepts clés :

- Concurrence parfaite
- Atomicité
- Homogénéité du produit
- Information parfaite
- Accès égal
- Libre entrée
- Comportement de *Price taker*
- Sélection concurrentielle
- Concurrence monopolistique