

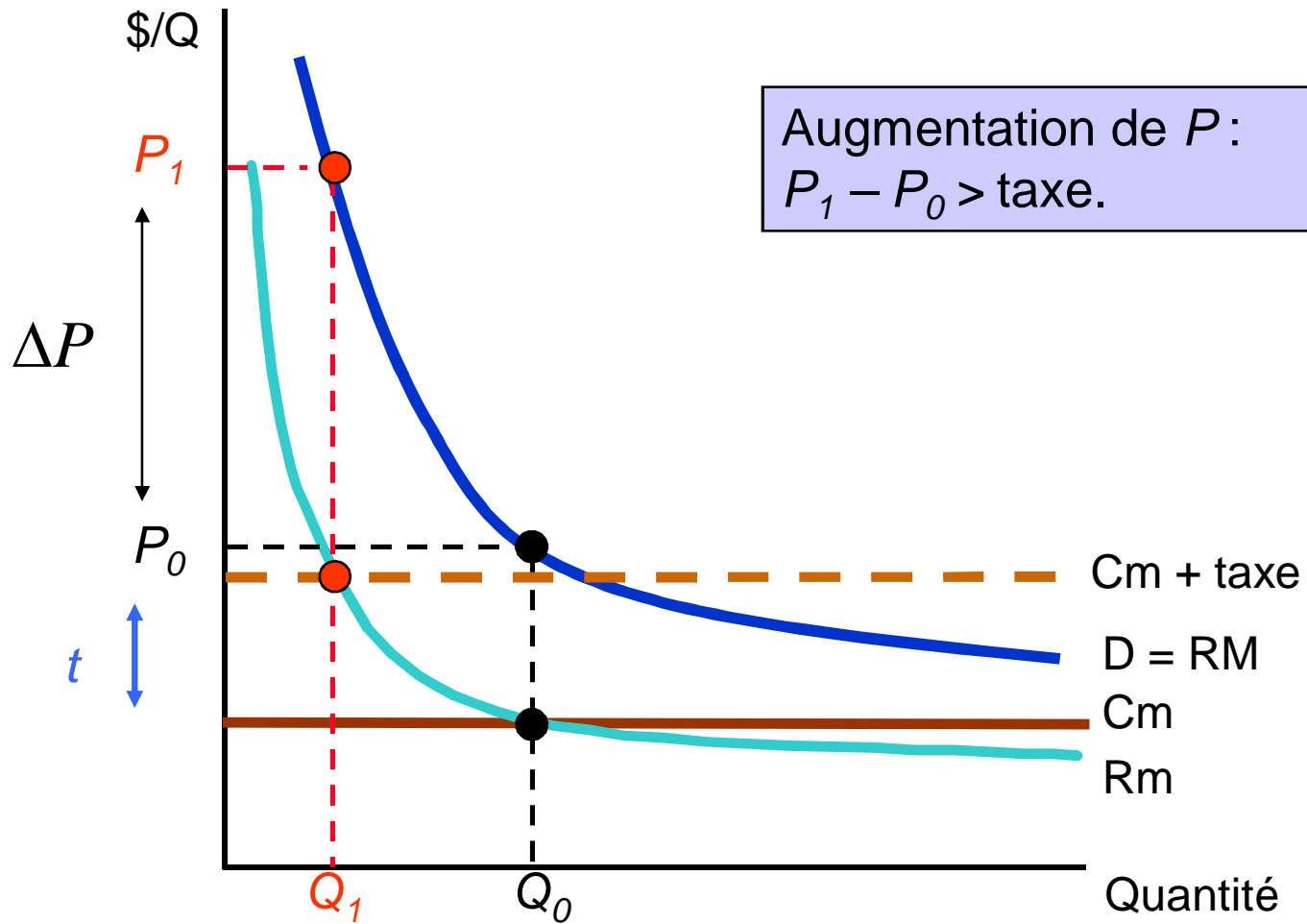
Licence d'éco-finance et de gestion
Microéconomie, L2S3

Cours 8 :
**L'intervention publique
sur le monopole**

L'effet d'une taxe

- Sur un marché concurrentiel, une taxe spécifique (par unité) provoque une augmentation du prix de marché, mais d'un montant moindre que la taxe : la charge de la taxe est supportée à la fois par les producteurs et par les consommateurs.
- Sur un marché monopolistique, le prix peut éventuellement augmenter plus que la taxe t :
La décision de production (et de prix) est déterminée par : $R_m = C_m + t$.
Mais le profit du monopole baisse avec une taxe.
La perte sèche augmente avec la taxe

L'effet d'une taxe sur le monopole



L'effet d'une taxe sur le monopole

Raisonnement avec la formule de Lerner :

Supposons une élasticité de la demande ε de la demande constante

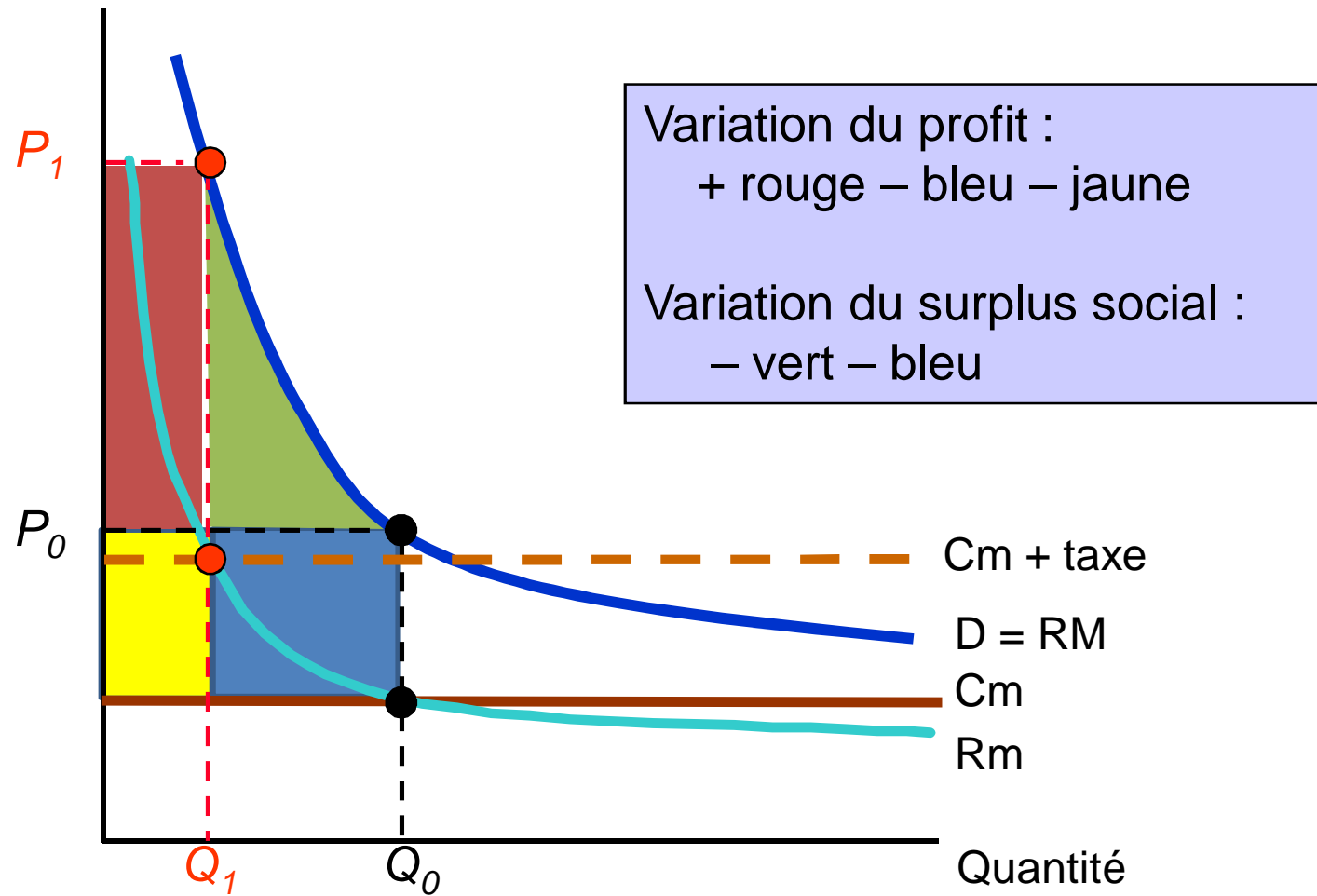
$$(P - C_m) / P = 1 / \varepsilon \quad \text{donc} \quad P = C_m / (1 - 1 / \varepsilon)$$

$$\text{alors } P' = (C_m + t) / (1 - 1 / \varepsilon) = P + t / (1 - 1 / \varepsilon) > P + t$$

Mais on peut aussi avoir $P' < P + t$ si ε est croissante

$$\text{Car alors } P' = (C_m + t) / (1 - 1 / \varepsilon')$$

L'effet d'une taxe sur le monopole



L'effet d'une taxe sur le monopole

La taxation qui maximise le surplus social est négative

Exemple dans un cas simple : $C_m = 0$, $D = 1-p$, $R_m = 1-2q$

Avec une taxe t : $1-2q = t$, $q = (1-t)/2$, $p = (1+t)/2$

{ $\Delta p < t$ car ε croissante : $\varepsilon = p/q \cdot dq/dp = -p/q = -p/(1-p)$ }

$$\Pi = (1-t)^2/4, \quad Sc = (1-t)^2/8, \quad RF = t(1-t)/2$$

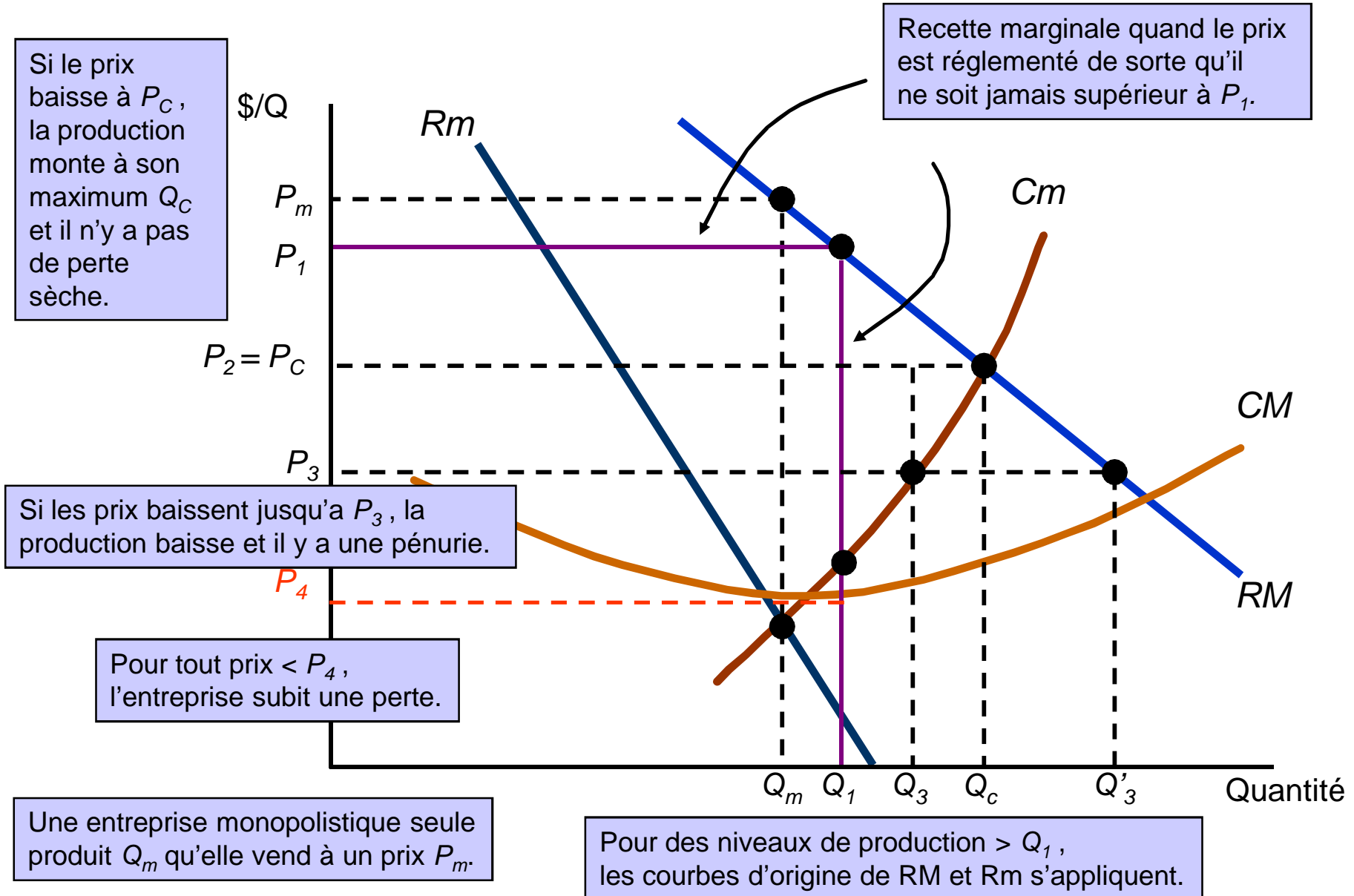
Surplus total = $3/8 - t/4 - t^2/8$, maximum pour $t = -1$

Politiquement difficile à justifier

La réglementation des prix

- Un gouvernement peut limiter le pouvoir de monopole par la **réglementation des prix** :
 - Rappel : sur un marché concurrentiel, la réglementation des prix a toujours eu comme conséquence une perte sèche.
 - Mais, dans une situation de monopole, la réglementation des prix peut éliminer la perte sèche (*cf.* graphique suivant).

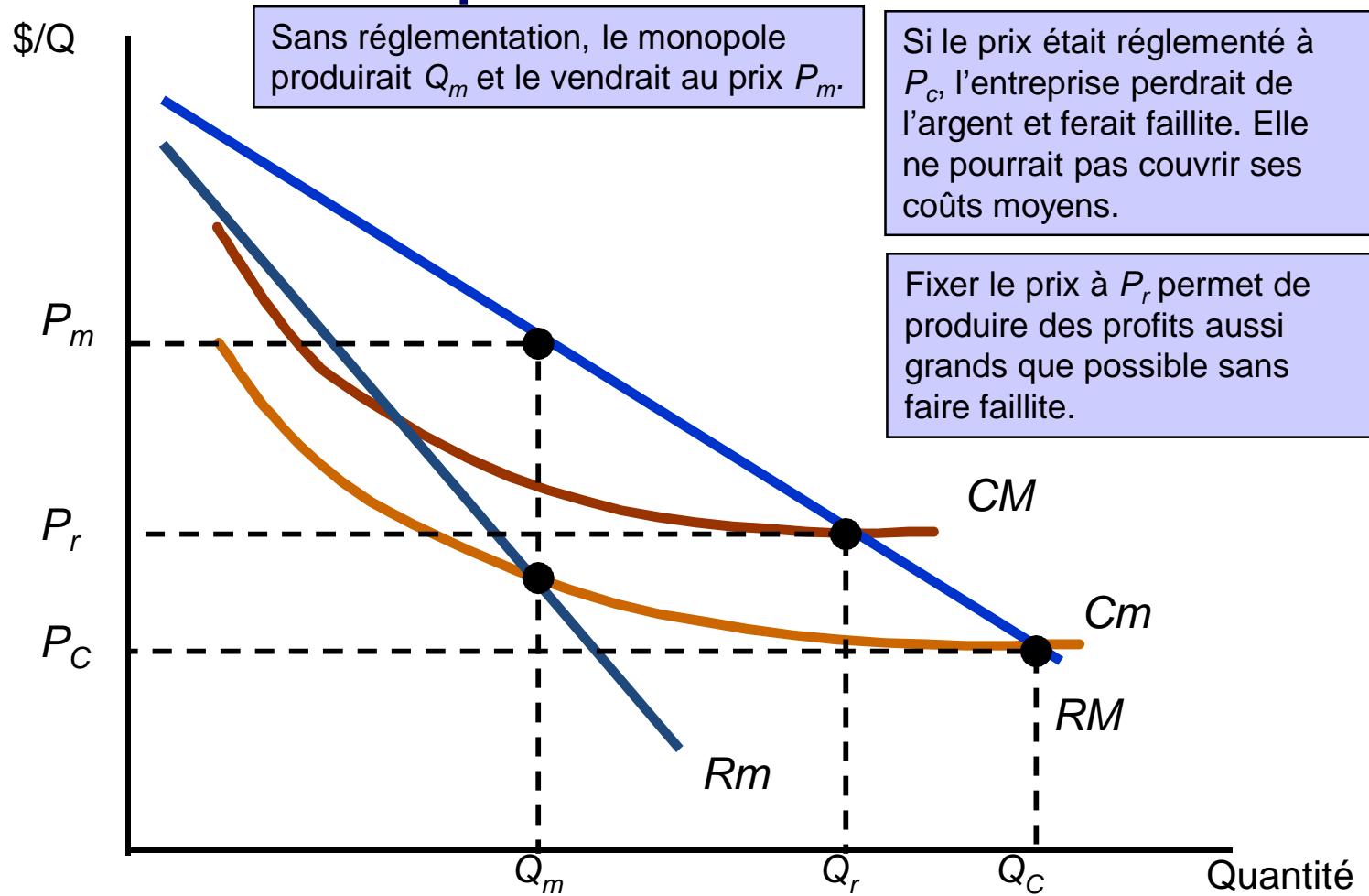
La réglementation des prix



Le monopole naturel

- Le **monopole naturel** est une entreprise qui peut produire à elle seule des quantités suffisantes pour satisfaire l'intégralité de la demande, et ce pour un coût inférieur à celui auquel peuvent produire plusieurs entreprises :
 - Présence d'importantes économies d'échelle.
 - Si l'entreprise est scindée en deux, chacune fournissant une partie du marché, le coût moyen de chacune serait supérieur au coût moyen du monopole originel.
 - Définition: le coût de production est plus faible avec une seule entreprise qu'avec deux entreprises.

La réglementation du prix d'un monopole naturel



La réglementation en pratique

- La réglementation en pratique :
 - Il est très difficile d'estimer les courbes de coût moyen et de demande, car elles varient en fonction des conditions de marché.
 - Une pratique (aux États-Unis) pour déterminer le prix réglementé est la ***régulation par le taux de rendement*** : le prix maximal autorisé est fondé sur le taux de rendement prévu que l'entreprise réalisera.

La réglementation en pratique

- Malheureusement, des problèmes surgissent dès que la réglementation fondée sur le taux de rendement est mise en pratique :
 1. Le capital d'une entreprise est difficile à évaluer.
 2. Le taux de rendement « juste » devrait être fondé sur le coût réel du capital de l'entreprise, et ce coût dépend en fait à la fois des changements de comportement de l'agence de régulation et des perceptions des investisseurs sur le taux de rendement dans l'avenir.

La réglementation en pratique

- La difficulté de convenir d'une formule de calcul des taux de rendement conduit souvent à retarder l'adaptation de l'agence de régulation aux changements de coûts et des autres conditions de marché : le résultat net est l'existence de retards dans la réglementation.

La réglementation en pratique

- Un autre type de réglementation consiste à fixer un prix forfaitaire fondé sur les coûts variables de l'entreprise, les prix antérieurs, l'inflation possible et la croissance de la productivité : par exemple, une entreprise peut augmenter son prix chaque année d'un montant égal au taux d'inflation réel moins la croissance de productivité espérée.
 - Exemple : les pratiques de régulation d'EDF.

Les limitations du pouvoir de marché : les lois antitrust

- Le pouvoir de marché nuit au bien-être des acheteurs ou des vendeurs.
- Le pouvoir de marché diminue la production, ce qui conduit à une perte sèche.
- Un pouvoir de marché excessif pose aussi des problèmes de justice et d'équité.

Les limitations du pouvoir de marché : les lois antitrust

- Comment peut-on limiter le pouvoir de marché et empêcher les pratiques anticoncurrentielles ?
 - On peut taxer les profits de monopole et les redistribuer aux consommateurs, mais c'est difficile à mettre en pratique.
 - On peut réglementer directement les prix des monopoles naturels.
 - On peut empêcher les entreprises d'acquérir un pouvoir excessif de marché (lois antitrust).

Les limitations du pouvoir de marché : les lois antitrust

- Les lois antitrust sont des règles et règlements conçus pour favoriser l'émergence et la pérennité d'une économie concurrentielle en :
 - interdisant toutes pratiques qui restreignent ou sont susceptibles de restreindre la concurrence ;
 - limitant les formes de structure de marché autorisées.
- Le pouvoir de monopole peut provenir de différentes sources, chacune d'entre elles étant couverte par une loi antitrust.

L'application des lois antitrust (Europe et États-Unis)

- Le développement de l'Union européenne s'est accompagné d'un renforcement des moyens d'application des lois antitrust :
 - La direction de la concurrence de l'UE et des autorités antitrust séparées sont responsables de l'application de ces lois. Les lois antitrust européennes sont comparables à celles des États-Unis, mais avec des différences procédurales (sanctions civiles seulement) et substantielles : autorisations de fusion plus rapides, mais preuves de monopole plus faciles.
- Les lois antitrust américaines sont plus rigoureuses que celles de la plupart des autres pays et leur portée est plus vaste :
 - Certains pensent qu'elles ont défavorisé l'industrie américaine sur les marchés internationaux.

Les lois antitrust (Europe)

- Le développement de l'Union européenne s'est accompagné d'un renforcement des moyens d'application des lois antitrust :
 - La direction de la concurrence de l'UE et des autorités antitrust séparées sont responsables de l'application de ces lois. Les lois antitrust européennes sont comparables à celles des États-Unis, mais avec des différences procédurales (sanctions civiles seulement) et substantielles : autorisations de fusion plus rapides, mais preuves de monopole plus faciles.
- En Europe les lois antitrust sont organisées selon deux juridictions : nationale et communautaire.

Les lois antitrust (France)

- En France, le Conseil de la concurrence prend des décisions, et le cas échéant, prononce des sanctions. Ces sanctions sont susceptibles de recours devant la Cour d'appel de Paris (à la section concurrence) et la Cour de cassation.
- La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes (DGCCRF) est l'autorité chargée des enquêtes de concurrence, effectuées au nom du Ministre ou sur demande du Conseil de la concurrence. Elle instruit de plus les dossiers de contrôle des concentrations.
- Avec la loi LME (Loi de Modernisation de l'Economie) du 4 août 2008, le Conseil de la Concurrence devient l'Autorité de la Concurrence par sa fusion avec la DGCCRF.

Les lois antitrust (Europe)

- Article 81 EC pose le principe de la **prohibition des ententes**
- Article 82 EC interdit les abus de position dominante.
- Exemples:
 - en pratiquant des prix trop élevés au préjudice des consommateurs
 - des prix trop bas afin d'exclure des concurrents du marché ou d'en barrer l'accès à de nouveaux entrants
 - accordant des avantages discriminatoires à certains clients.

L'application des lois antitrust (Europe)

- Deux exemples en Europe :
 - Microsoft a été condamné en 2004 à payer une amende de 497 millions d'euros (*bundling* de Windows et logiciels d'application, tels que Windows Media Player et Internet Explorer).
 - Coca-Cola a signé un compromis afin d'éviter d'être condamné pour abus de position dominante : sa part de marché est de 50 % contre 10 % pour Pepsi-Cola, son principal concurrent.

Principaux résultats

- Contrairement à la concurrence parfaite, le prix de monopole peut augmenter plus que la taxe
- Une taxe diminue le profit, le surplus du consommateur et le surplus total
- La taxe maximisant le surplus total serait une subvention
- La tarification maximisant le surplus est la maximisation au coût marginal
- Peut nécessiter un financement public, l'optimum doit prendre en compte le coût des fonds publics
- Un compromis est obtenu par la tarification au coût moyen