

Principes de microéconomie

Chapitre 6 : Le monopole



Jaouad Madkour

Faculté d'Économie et de Gestion de Tanger · 27 août 2026

Un vendeur unique

La décision du monopoleur

Le coût social

Les réponses possibles

Ce qu'il faut retenir

Un vendeur unique

D'où vient un monopole

Monopole

Un **monopole** est une entreprise unique sur son marché, dont le produit n'a pas de substitut proche.

Sa condition d'existence est une **barrière à l'entrée**.

Trois barrières

1. **Une ressource exclusive** — le seul gisement, la seule source.
2. **Une barrière réglementaire** — brevet, licence, concession.
3. **Un monopole naturel** — les économies d'échelle sont telles qu'une seule entreprise produit à moindre coût que plusieurs.

Le monopole naturel, cas fréquent en réseau

Distribuer l'eau dans une ville suppose un réseau de canalisations, dont le coût est presque entièrement fixe. Le coût moyen baisse donc sur toute la plage de production utile.

Dupliquer le réseau serait absurde. Le monopole est ici la solution la moins coûteuse — d'où la réglementation plutôt que la mise en concurrence.

Ce qui change vraiment

La recette marginale n'est plus le prix

Le monopoleur fait face à **toute la demande du marché**. Pour vendre une tonne de plus, il doit baisser son prix — et cette baisse s'applique à **toutes les tonnes vendues**.

$$Rm = \underbrace{P}_{\text{la tonne en plus}} - \underbrace{\text{baisse} \times q}_{\text{sur tout le reste}} < P$$

Le marché du ciment, avec un vendeur unique

Demande inverse : $P(q) = 50 - q$. Coût marginal constant : $Cm = 10$.

Recette totale : $R(q) = q(50 - q) = 50q - q^2$.

Recette marginale : $Rm(q) = 50 - 2q$.

La recette marginale décroît deux fois plus vite que le prix. C'est la règle du produit du chapitre 3 de *Mathématiques pour la gestion*.

La décision du monopoleur

Quantité, prix et profit

Le monopoleur applique la même règle que tout le monde – produire tant que la recette marginale dépasse le coût marginal :

$$Rm = Cm \iff 50 - 2q = 10 \iff q = 20$$

Il lit ensuite son prix **sur la courbe de demande** :

$$P = 50 - 20 = 30 \text{ dirhams}$$

$$\Pi = (30 - 10) \times 20 = 400 \text{ dirhams}$$

Définition

	Règle de production	Prix
Concurrence	$P = Cm$	subi
Monopole	$Rm = Cm$	lu sur la demande, au-dessus de Cm

Le monopoleur ne fixe pas un prix arbitraire : il choisit la quantité, et la demande fixe le prix.

Il n'y a pas de courbe d'offre de monopole

Intuition

En concurrence, à chaque prix correspondait une quantité : c'était la courbe d'offre.

Le monopoleur, lui, choisit **simultanément** son couple prix-quantité en fonction de la demande. Il n'existe donc pas de relation prix-quantité indépendante de la demande — pas de courbe d'offre.

Le coût social

Comparaison avec la concurrence

Ce que le marché aurait donné en concurrence

En concurrence, le prix égalerait le coût marginal :

$$P = Cm = 10 \implies q = 50 - 10 = 40 \text{ tonnes}$$

	Quantité	Prix
Concurrence	40	10
Monopole	20	30

Le monopole produit **deux fois moins**, et vend **trois fois plus cher**.

La perte sèche

Entre $q = 20$ et $q = 40$, chaque tonne vaut pour l'acheteur davantage qu'elle ne coûte à produire — et n'est pourtant pas produite.

Les réponses possibles

Quatre instruments, aucun parfait

Ce que les autorités peuvent faire

Instrument	Difficulté
Politique de concurrence — interdire ententes et fusions	ne s'applique pas au monopole naturel
Réglementation du prix	imposer $P = Cm$ fait perdre de l'argent à un monopole naturel
Propriété publique	les incitations à la maîtrise des coûts s'affaiblissent
Ne rien faire	acceptable si le remède coûte plus que le mal

Intuition

Un monopole naturel a un coût moyen qui **décroît** sur toute la plage utile. Le coût marginal est donc toujours **inférieur** au coût moyen.

Lui imposer $P = Cm$ le condamne à vendre en dessous de son coût moyen, donc à perdre de l'argent — et à disparaître sans subvention.

En pratique, on impose souvent $P = CM$: l'entreprise couvre ses coûts, le profit est nul, mais une perte sèche subsiste. C'est un compromis, pas une solution.

La discrimination par les prix

Discrimination par les prix

Vendre le même bien à des prix différents selon l'acheteur.

Elle exige un **pouvoir de marché** et la capacité d'empêcher la revente.

Trois pratiques courantes

Billets d'avion selon la date de réservation, tarifs étudiants, remises sur quantité, éditions brochée et reliée d'un même livre.

Un résultat contre-intuitif

La discrimination **augmente** le profit du monopoleur — c'est sa raison d'être. Mais elle augmente aussi souvent le **surplus total**, car elle permet de servir des clients qui, au prix unique, renonçaient.

Dans le cas extrême d'une discrimination parfaite, la quantité atteint celle de la concurrence et la perte sèche disparaît — tout le surplus allant au monopoleur.

Efficace ne veut pas dire équitable : c'est, une fois de plus, l'arbitrage du chapitre 7 de *Principes d'économie*.

Ce qu'il faut retenir

Cinq points

1. Un monopole existe grâce à une **barrière à l'entrée** : ressource, réglementation, ou économies d'échelle.
2. Sa recette marginale est **inférieure au prix**, et décroît deux fois plus vite.
3. Il produit où $Rm = Cm$, puis lit son prix sur la demande : ici $q = 20$, $P = 30$, $\Pi = 400$.
4. Contre $q = 40$ et $P = 10$ en concurrence — d'où une **perte sèche de 200**.
5. Le coût social est la **perte sèche**, non le profit, qui n'est qu'un transfert.

La suite

Concurrence parfaite et monopole sont les deux extrêmes. La plupart des marchés réels se situent entre les deux.

Le chapitre 7 examine le cas où les vendeurs sont nombreux mais leurs produits différenciés.