
L'indice de Lerner

On a vu que le prix de monopole a l'expression suivante :

$$p^m = Cm \left[1 - \frac{1}{|\varepsilon|} \right]^{-1} > Cm$$

où l'on note ε l'élasticité-prix de la demande.

Le terme $\left[\frac{1}{1-|\varepsilon|} \right]^{-1}$ est supérieur à 1. Cela signifie donc que le monopole parvient toujours à vendre le bien au-dessus du coût marginal. Ce coefficient mesure donc dans quelle mesure le monopole parvient à tarifier au-dessus du coût marginal. C'est pourquoi ce coefficient est parfois appelé "coefficient de marge". Il est d'autant plus élevé que la demande est peu élastique ($|\varepsilon|$ faible).

La capacité d'une firme à vendre au-dessus du coût marginal est appelé le "pouvoir de marché". L'idée sous-jacente étant qu'en concurrence parfaite la firme n'a pas de pouvoir de marché, puisque le prix est égal au coût marginal, et qu'en monopole, la firme a du pouvoir de marché et d'autant plus que la demande est peu élastique.

Une manière équivalente de mesurer le pouvoir de marché est de calculer le "taux de marge" i. e. l'écart relatif entre le prix et le coût marginal :

$$\frac{p - Cm}{p}$$

Cette grandeur est aussi appelée "indice de Lerner". Il mesure la même chose que le coefficient de marge soit la capacité de la firme à vendre au-dessus du coût marginal.

On peut facilement calculer cet indice en concurrence parfaite comme en monopole.

En concurrence parfaite l'indice de Lerner est égal à 0.

En monopole, on peut le calculer à partir du prix de monopole indiqué au début du document et on trouve :

$$\frac{p^m - Cm}{p^m} = \frac{1}{|\varepsilon|}$$

Sans surprise, vous observez que l'indice est d'autant plus élevé que la demande est peu élastique. Vous remarquerez aussi que ces deux grandeurs (coefficient de marge ou taux de marge) sont indépendantes de l'unité retenue et sont donc en ce sens préférables à la simple différence entre prix et coût marginal qui dépend de l'unité considérée. C'est la raison pour laquelle c'est la mesure que l'on utilise pour apprécier le pouvoir de marché.