

DISCRIMINATION PAR LES PRIX ET CONCURRENCE IMPARFAITE : LES APPORTS DE JOAN ROBINSON

Diemer Arnaud*

Résumé : La théorie moderne de la discrimination par les prix a largement hérité des travaux d'Arthur Cecil Pigou [1920] et de Joan Robinson [1933]. En consacrant deux chapitres de son ouvrage «*The Economics of Imperfect Competition*» au problème de la discrimination du troisième degré, Robinson a examiné les conditions nécessaires à la discrimination (pouvoir de marché, homogénéité des produits, élasticités différentes de la demande des consommateurs aux prix, absence de transferts de la demande et des biens) et présenté une analyse graphique des décisions du monopole discriminant, lesquelles ont été retranscrites dans les manuels de microéconomie [Varian, 1996]. La discrimination par les prix est définie comme l'acte de vendre le même article, produit sous un même contrôle, à différents prix à différents consommateurs. Discriminer revient alors à pratiquer des prix élevés pour certains consommateurs mais également à fixer des prix faibles pour d'autres.

Assimilant la discrimination par les prix à une imperfection de la concurrence, Joan Robinson [1933] avance dans son ouvrage *The Economics of Imperfect Competition* : « [qu']il est souvent possible et profitable pour un monopoliste de vendre un seul bien à différents prix et à différents acheteurs. Cela peut se produire lorsqu'il vend sur différents marchés séparés les uns des autres, de telle manière que les quantités vendues sur le marché le moins cher ne peuvent être achetées et revendues sur le marché le plus cher, et que les clients sur ce dernier ne peuvent se transférer sur le marché le moins cher pour bénéficier du prix plus faible » [trad fçse 1975, p 169].

La discrimination par les prix serait ainsi définie comme « *L'acte de vendre le même article produit sous un même contrôle à différents prix suivant les acheteurs* » [1975, p 169]. Une telle définition, proche de la discrimination du troisième degré illustrée par Pigou [1904, 1905, 1920], souligne d'une part qu'il existerait différents degrés de discrimination (fonction de la segmentation du marché et des transferts biens/demandes), d'autre part que la discrimination par les prix reposerait sur trois conditions importantes : l'existence d'un pouvoir de marché, l'homogénéité des biens et services, ainsi que la différenciation des prix.

* Université de Reims / CERAS / ISAB. E-mail : arnaud.diemer@isab.fr

Nous présenterons dans ce qui suit, ce qui fait l'originalité des travaux de Joan Robinson, à savoir les conditions propices à toute pratique discriminatoire, la comparaison en termes de production du monopole simple et du monopole discriminant, enfin les conséquences de la discrimination sur le bien être de la société.

1) Les conditions de la discrimination par les prix

Dans le chapitre 15 de son ouvrage *The Economics of Imperfect Competition*, Joan Robinson insistera sur trois conditions nécessaires à la discrimination par les prix : le pouvoir de marché, l'homogénéité des produits et les élasticités de la demande par rapport au prix.

Le pouvoir de marché est caractérisé par un monopole discriminant¹ ou la coalition de vendeurs concurrents : *«c'est seulement si tous les vendeurs sont coalisés ou s'ils sont d'accord entre eux qu'ils peuvent tirer avantage des barrières entre les différentes parties du marché pour pratiquer des prix différents pour un même objet ... Lorsqu'un vendeur n'est pas soumis à une concurrence serrée ou lorsqu'il y a un accord entre des vendeurs concurrents, une discrimination par les prix peut se produire»* [1975, p 170]. Ce pouvoir sera d'autant plus important que le(les) vendeur(s) sera(seront) capable(s) d'identifier avec précision la demande des acheteurs, et de dresser des obstacles aux transferts des demandes. Ainsi comme le rappelle Robinson *«le cas le plus courant [de discrimination] est celui de la vente directe de services lorsqu'il n'y a pas de possibilités de transfert d'un marché à l'autre. Par exemple les chirurgiens différencient leurs honoraires en fonction de la richesse du patient»*[1975, p 170].

Notons que la segmentation du marché peut aussi bien reposer sur la mise en place de barrières tarifaires que sur l'existence de barrières naturelles (espace, temps). Dans ce dernier cas, ce sont les caractéristiques du marché, et non la position originelle du vendeur, qui

¹ Si l'ouvrage de Joan Robinson a le mérite de préciser ce que l'on entend par discrimination par les prix (et de proposer une définition), il présente cependant l'inconvénient d'associer cette pratique au monopole discriminant (le même reproche peut être adressé à Pigou [1920, p 275]). Outre son côté péjoratif, ce dernier est analysé comme un cas spécial de la littérature économique, qui ne peut être appréhendé qu'après la discussion sur le monopole simple [Phlips, 1988, p 135]. Or il peut être soutenu que la discrimination soit le résultat de pratiques commerciales courantes, et que la non discrimination soit simplement un cas limite de la discrimination [Leontief, 1940, p 496]. Dès lors, bien que la discrimination parfaite (appropriation totale du surplus du consommateur par le vendeur) ne se rencontre pas souvent dans la réalité, il n'est pas évident que les facteurs travaillant contre la discrimination, empêchent les théoriciens de prouver son existence.

instaurent un véritable pouvoir de marché : « [La discrimination se produit] lorsque les marchés sur lesquels le monopoliste vend sont séparés les uns des autres géographiquement ou par des barrières tarifaires, de sorte que le transfert de marchandises d'un marché au prix bas à un marché cher entraînerait des dépenses considérables » [1975, p 170].

L'homogénéité des biens, telle qu'elle préfigure dans les travaux de Robinson, présente deux caractéristiques. « *L'article vendu* » est d'une part mis en relation avec le service demandé par les acheteurs, ce qui fait dire à Robinson [1975, p 170] que « *la discrimination peut se produire lorsque différents groupes d'acheteurs demandent le même service mais en relation avec des biens nettement différents* », d'autre part décomposé en différentes marques susceptibles de diviser le marché en plusieurs sous-marchés.

La ruse qui caractérisait la différenciation des prix de Dupuit¹ [1844, 1849] et Walras [1874], est également présente chez Robinson lorsque le vendeur cherche à faire éclater le marché de façon artificielle pour rendre la discrimination possible : « *Les différentes marques d'un même article, qui sont absolument semblables, peuvent être vendues comme étant des qualités différentes sous des noms et des étiquettes qui incitent l'acheteur riche et snob à se différencier de l'acheteur pauvre; de cette manière, le marché est éclaté et le monopoliste peut vendre ce qui est en fait la même chose à différents prix* ». Notons ici que le terme « *brands* » largement utilisé par Robinson, n'est pas un synonyme de biens différenciés puisqu'il peut y avoir plusieurs modèles sous une même marque (c'est le cas de la différenciation des produits) comme des produits identiques sous des marques différentes².

La différenciation des prix, quant à elle, est à rapprocher du concept d'élasticité. Ainsi, comme le souligne Robinson [1975, p 171], « *si le monopoliste peut vendre le même bien sur des marchés séparés, il aura évidemment avantage à y pratiquer des prix différents, si les élasticités de la demande sur les marchés séparés ne sont pas les mêmes* ». Un système de prix optimal implique que le monopoleur pratique le prix le plus élevé sur le marché le moins élastique (e faible) et le prix le plus bas sur le marché le plus élastique (e élevé).

¹ Diemer (1999, 2000a)

² Lancaster [1979, p 26] souligne cette distinction dans son ouvrage « *Variety, Equity and Efficiency* ». En marketing, des marques différentes sont assimilées à des biens différents aux yeux du consommateur, même si elles sont identiques quant au nom ou au packaging.

La notion d'élasticités différentes de la demande totale est un des points essentiels¹ de la théorie de la discrimination : «*les prix dépendent des élasticités de la demande sur les marchés séparés aux prix qui y sont pratiqués et seront rangés dans le même ordre que ces élasticités. Cela découle de la formule : Prix = Revenu marginal / (1-1/e), où e est l'élasticité de la demande, car le revenu marginal est le même sur tous les marchés*» [1975, p 176]. Si les courbes de demande sur les différents marchés étaient iso-élastiques, c'est à dire que pour n'importe quel prix, l'élasticité de la demande serait la même sur les différents marchés, le même prix serait pratiqué sur chacun des marchés.

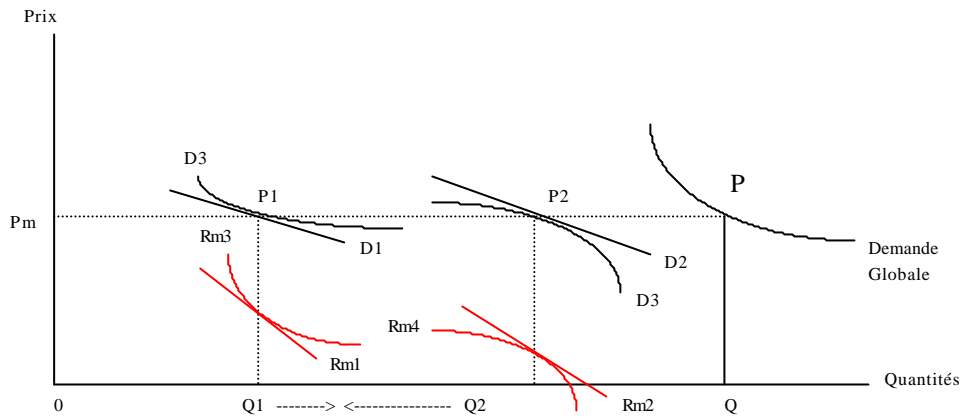
Ces trois conditions étant réunies, Robinson montre, à travers une comparaison entre la production du monopole simple (lorsqu'il n'y a qu'un prix pour un bien) et la production du monopole discriminant (lorsqu'il y a plusieurs prix pour le même bien), dans quelle mesure, une entreprise est susceptible de mettre à profit une stratégie de discrimination.

2) Du monopole simple au monopole discriminant

Supposant qu'un monopole vende son bien à un seul prix sur un vaste marché et qu'il se rende compte que la demande totale qui lui est adressée, peut se subdiviser en deux types de demande bien distinctes, Robinson cherche à répondre à la question suivante : «*comment modifier les prix sur les deux marchés ?* ».

Si les élasticités de la demande au prix sur les deux sous-marchés sont effectivement différentes, le monopoleur décidera d'augmenter la production sur le marché où le prix est le plus élevé (marché le moins élastique) et de diminuer la production sur le marché où le prix est le plus bas (marché le plus élastique). Reste à savoir, selon Robinson, si la quantité totale produite par le monopoleur augmentera, diminuera ou restera inchangée lorsque la politique de discrimination sera introduite. Ceci peut être démontré à l'aide du graphique ci-dessous.

¹ Rappelons cependant que Robinson ne considère que le cas où la courbe de demande sur chaque marché séparé est indépendante des prix pratiqués sur les autres marchés. Cebula [1980] montre que lorsque les marchés sont interdépendants, un producteur peut pratiquer une politique discriminatoire même si les élasticités de la demande par rapport aux prix sont identiques.



D1, D2, D3, D4 : Demandes sur les marchés 1 et 2

OQ : Quantités produites par le monopoleur

Pm : Prix pratiqué par le monopoleur

OQ1 et OQ2 : Les quantités produites sur les marchés 1 et 2

Les recettes marginales (Rm) sont décroissantes car le producteur est obligé de diminuer son prix pour écouler plus de marchandises.

Si les courbes de demandes sont des droites (D_1, D_2 sur le graphique) ou ont des convexités, ou des concavités semblables, la production du monopole discriminant est égale à celle du monopole simple. En effet le monopole qui discrimine peut égaliser ses recettes marginales Rm_1 et Rm_2 avec le coût marginal de la production totale (laquelle est égale au revenu marginal du monopole simple). Celui-ci diminuera sa production sur le marché 2 et augmentera sa production sur le marché 1. Joan Robinson fait remarquer que ceci dépend de l'hypothèse où les deux marchés sont desservis sous le même régime. Or cette hypothèse est « irréaliste » puisque la discrimination sert typiquement à ouvrir de nouveaux marchés et ainsi à augmenter les ventes¹.

Dans le cas où les courbes de demande ne sont pas des droites, si la courbe de demande la plus élastique est concave (D_3) ($f''(x) > 0$), la hausse de la production résultant de la discrimination sur ce marché sera plus grande que lorsqu'il s'agissait d'une droite (A contrario, si la courbe de demande la moins élastique est concave, la baisse de la production sera plus importante que pour une droite). De même, si la courbe de demande la moins élastique est convexe (D_4) ($f''(x) < 0$), la baisse de la production sur ce marché résultant de la

¹ Greenhut et Ohta [1972] ont montré que la discrimination spatiale par les prix menait (et ceci indépendamment de l'inclinaison ou/et du niveau de coût marginal, ou encore d'une hypothèse sur les courbes de demande linéaire...) à des profits et une production plus élevés que dans le cas d'un prix uniforme. En effet, tandis qu'un vendeur seul ne peut pas desservir les marchés spatiaux pour lesquels le coût de frêt est prohibitif, il est clair que les acheteurs les plus éloignés peuvent être approvisionnés par un monopole discriminant. Il lui suffit de réduire les demandes nettes des acheteurs (les plus éloignés) en absorbant une partie de leur coût de transport.

discrimination sera moins importante que pour une droite (si la courbe de demande la plus élastique est convexe, la hausse de la production sera inférieure à celle d'une droite). Par conséquent, «*si la courbe de demande la plus élastique est concave et/ou si la courbe de demande la moins élastique est convexe (ou une droite), la hausse de la production sur l'un des marchés sera supérieure à la baisse sur l'autre marché*»[1975, p 181]. Dès lors la production totale sera plus grande en situation de discrimination qu'en situation de monopole.

Enfin, dans le cas de deux courbes concaves ou convexes, Robinson utilise le concept de Concavité Ajustée¹ de la Fonction de Demande du Marché, défini par la formule mathématique suivante : $eq^2(d^2 f / dq^2)$, afin de comparer la courbure relative des fonctions de demande sur les deux sous-marchés et de déterminer laquelle est plus concave ou convexe². Dès lors, si les deux courbes sont concaves, la production sera plus élevée (faible) dans le cas de la discrimination si $eq^2(d^2 f / dq^2)$ est plus grand pour la courbe la plus élastique (la moins élastique). Si les courbes sont convexes, la production issue de la discrimination sera plus importante (faible) si $eq^2(d^2 f / dq^2)$ est numériquement plus grand pour la courbe la plus élastique (la moins élastique).

Ces résultats, selon Robinson, peuvent être généralisés à plus de deux marchés, à condition que tous les marchés puissent être divisés en deux catégories sur la base d'élasticités différentes : «*ceux pour qui l'élasticité de la demande au prix de monopole simple est supérieure (et où la discrimination abaisse le prix), et ceux où elle est inférieure (où la discrimination fait augmenter le prix)*». A l'opposé, lorsque les élasticités ne sont pas significativement différentes, la discrimination par les prix devrait diminuer la production. Greenhut et Ohta [1976] ont montré que si l'on supposait une élasticité constante (les auteurs ont en fait fixé des valeurs sensiblement différentes pour β et μ , tel que $\beta = 3$ et $\mu = 2.5$) pour deux fonctions de demande (soit $p_1 = q_1^{-1/b}$ et $p_2 = q_2^{-1/m} \Leftrightarrow q_1 = p_1^{-b}$ et $q_2 = p_2^{-m}$) et des concavités ajustées égales à $[1 + 1/\beta]p$ et $[1 + 1/\mu]p$, alors la fonction la plus élastique aurait la concavité la moins ajustée et la discrimination par les prix entraînerait une hausse de la production.

¹ La propriété de la courbe qui la rend plus ou moins concave, appelée concavité ajustée de la courbe de demande, est son élasticité (prix du monopole simple) multipliée par le carré de la production du monopole simple sur ce marché séparé, multipliée par la vitesse de changement de la pente de la courbe de demande.

² Schmalensee [1981, p 245] observait cependant que " *si toutes les fonctions de demande étaient strictement concaves ou convexes..., il n'y avait apparemment aucun moyen de conclure si le monopole discriminant augmenterait ou diminuerait sa production totale* ».

Ayant comparé la production du monopole discriminant à celle du monopole simple, Robinson va chercher à étudier, dans le chapitre 16 intitulé « *Conséquences de la discrimination par les prix* », dans quelle mesure une discrimination par les prix est dangereuse ou avantageuse pour le client du monopole et pour la société dans son ensemble.

3) Discrimination par les prix et bien être

Loin de blâmer systématiquement la pratique de la discrimination, Robinson considère qu'elle peut rendre d'immenses services à la société :

- Lorsque les conditions sont telles que la production du monopole discriminant est supérieure à celle du monopole simple, la discrimination par les prix pourra être également favorable aux clients du marché le moins élastique (c'est à dire ceux qui paient le prix le plus élevé) si les coûts marginaux sont décroissants. En d'autres termes, la variation de la production induite par les possibilités de discrimination devra être supérieure à la variation de coût de la dernière unité produite. Robinson souligne toutefois qu'il est impossible de dire réellement si la discrimination est dommageable aux intérêts des clients, en comparaison avec le prix de monopole simple. Cela nécessiterait de s'identifier à l'un ou l'autre des deux groupes de consommateurs, or comment comparer les gains d'un groupe aux pertes de l'autre (même si une amélioration du bien être de la collectivité passe par un prix élevé pour le groupe le plus pauvre et par un prix faible pour le groupe le plus riche).

- Comme le revenu marginal est supérieur en discrimination de prix à ce qu'il est en situation de monopole simple, Robinson [1975, p 190] rappelle qu'il peut y avoir des cas où il n'y aura pas de production du tout si la discrimination est impossible.

Si par exemple la courbe de recette moyenne se trouve au-dessus de la courbe de demande du produit, aucun profit ne sera possible avec un prix unique. Si par contre, en situation de discrimination¹, la courbe de coût moyen se trouve en certains points en dessous de la courbe de recette moyenne, alors il sera possible de réaliser un profit et produire une certaine quantité de biens.

¹ Voir également la démonstration de Pigou [1920, p 287] à propos de la discrimination parfaite.

Si l'introduction de la discrimination par les prix, à partir d'une égalisation du revenu moyen avec le coût moyen, est judicieuse lorsqu'elle entraîne la réalisation d'une certaine production et d'un gain pour la collectivité, Robinson [1975, p 191] note que cette règle ne se justifie pas de la part d'une entreprise dont les investissements à long terme (exemple du chemin de fer) ont été réalisés dans le passé et qui continuerait à fixer des prix discriminatoires pour augmenter son profit : *«Du point de vue de la société, il est seulement nécessaire que le groupe réalise un profit suffisant pour maintenir l'efficacité de ses usines, et non pas un profit qui devrait être suffisant pour justifier l'investissement initial»* [1975, p 191]. En d'autres termes, seul le principe de l'égalisation de la recette marginale avec le coût marginal devrait être retenu dans ce cas¹.

- Enfin, rejoignant les conclusions de Dupuit [1853], Robinson [1975, p 193] dénoncera le gaspillage engendré par l'imposition d'un prix unique par un monopole : *«Avec un prix unique, la production maximale sera atteinte, lorsque les coûts moyens sont décroissants, si le prix imposé est celui pour lequel le prix de demande est égal au coût moyen. Cela implique cependant un gaspillage, car il y a une plage de productions considérable de celle où le prix de demande est égal au coût moyen, sur laquelle le prix de demande dépasse le coût marginal...Ce gaspillage peut être partiellement éliminé et l'on peut réaliser une production plus importante, à condition de pouvoir imposer une discrimination par les prix»*.

Conclusion

Dès 1933, Joan Robinson présentait une étude standard de la discrimination du troisième degré par un monopole faisant face à des marchés séparés. La discrimination par les prix reposait sur des conditions très restrictives : structure de marché monopolistique, élasticités différentes, revente impossible ou coûteuse... Dans les années qui ont suivi, le cadre de référence et le champs d'application de la discrimination [Tirole, 1993] ont profondément évolué de manière à inclure toutes les pratiques commerciales qu'un monopole, protégé de l'entrée, pourrait utiliser pour augmenter ses profits [Glais, 1992].

¹ Dans le cas des transports, cette opposition n'est pas sans rappeler la querelle qui s'est développée entre les partisans de la tarification au coût marginal et les partisans d'une tarification au coût moyen. Dans leur ensemble, les libéraux anglo-saxons comme Maurice Allais, estiment que la perte d'efficacité liée à l'absence de pression sur la diminution des coûts moyens est plus importante que la perte liée à un écart au coût marginal. Aux traditionnelles *market failures* sont ainsi opposées les *public failures*.

La différenciation des produits [Encaoua, 1989 ; Chevalier, 1995] a souligné que le vendeur pouvait jouer sur les caractéristiques des biens (variétés, lignes de produits, qualité) afin de capter la plus grande partie du surplus du consommateur. Le vendeur devenait un fin stratège qui associait la gestion financière (la prolifération des marques génère une hausse des coûts fixes) à la gestion commerciale du produit (le vendeur doit éviter toute forme de cannibalisation de ses ventes). La différenciation des prix a permis de préciser les véritables bases de la relation coût-prix et d'identifier de manière précise toute trace de discrimination (ainsi la discrimination ne peut se résumer à une variation des prix, et inversement toute variation des prix ne signifie pas nécessairement qu'il y ait discrimination). Finalement, ***la discrimination par les prix a été définie comme le transfert de surplus - du consommateur au producteur - obtenu par la vente de biens identiques ou différents à des taux de marque différents*** [Diemer, 2000b]. Les conditions de discrimination ont été réduites à leur plus simple appareillage : asymétrie d'informations, absence de transfert de la demande et des biens, élasticités différentes d'un marché à l'autre (l'interdépendance des marchés et les principes d'autosélection ont depuis assoupli cette dernière condition).

Toutefois, les principes de la théorie du monopole sur lesquels l'édifice entier de la discrimination était basé, n'ont pas été ébranlés. L'équilibre partiel continue à être privilégié au détriment de l'équilibre général (même si le modèle de marchés allaisien introduit la discrimination à partir d'une somme d'équilibres partiels). Les champs d'investigation oligopolistique et concurrentiel de la discrimination restent encore inexploités par les manuels de microéconomie [Gabszewicz, Thisse, 1989]. L'hypothèse selon laquelle les vendeurs fixent leurs prix tandis que les acheteurs agissent comme des price-taker, est toujours d'actualité. Le monopole détient le pouvoir de négociation et la discrimination inversée (la capacité du client à marchander) n'a pas fait l'objet d'une étude approfondie. En d'autres termes, les travaux de Robinson, font encore figure de référence dans la compréhension et l'analyse des phénomènes discriminatoires.

Bibliographie

Cebula R.J, Market Interdependence and the Third Degree Price Discrimination : Comment, *Quarterly Review of Economics and Business*, 1980, 2, pp 106-109.

Chamberlin E.H, *The Theory of Monopolistic Competition*, Harvard University Press, 1933. Trad fçse, *Théorie de la concurrence monopolistique*, P.U.F, 1953.

Chevalier J.M, *l'économie industrielle des stratégies d'entreprise*, Montchrestien, 1995.

Diemer A., Jules Dupuit et la discrimination par les prix, colloque de Lyon, 1997, octobre, p 1- 9, In: Dockès P., Frobert L., Klotz G., Potier J.P, Tiran A., *les traditions économiques françaises 1848 – 1939*, Paris, ed CNRS, 2000a.

Diemer A., De la différenciation des prix à la discrimination par les prix : oeuvre et héritage de Jules Dupuit, *Cahiers du CERAS*, 1999 a, 33, mars, pp 1-30.

Diemer A., La différenciation des prix chez Léon Walras, *Colloque Léon Walras*, 16 septembre, Université de Paris I-Sorbonne, pp 1–12, 1999 b (cahier du CERAS à paraître)

Diemer A., De la Discrimination par les prix à la discrimination par le temps, thèse de doctorat, Sciences Economiques, Université de Paris Dauphine, janvier 2000b.

Dupuit J. , De la mesure de l' utilite des travaux publics, *Annales des Ponts et Chaussées*, 1844, 116, VIII, Mémoires et Documents, 2ème semestre, pp 332-375.

Dupuit J., De l'influence des péages sur l'utilité des voies publiques, *Annales des ponts et Chaussées*, 1849, 207, pp 170-248.

Dupuit J., De l'Utilité et sa Mesure, *Journal des Economistes*, 1853, XXXVI, Juillet-Septembre, 147, pp 1-28.

Ekelund R., Hébert R.F, *Secret Origin of Modern Microeconomics : Dupuit and the Engineers*, University of Chicago Press, February, 1999.

Encaoua D., Différenciation des produits et structure de marché : un tour d'horizon, *Annales d'Economie et Statistiques*, 1989, 15–16, pp 51 - 83.

Feiwel G.R, *The Economic of Imperfect Competition and Employment Joan Robinson and Beyond*, Mc Millan Press, 1989.

Formby J.P, Layson S.K, Smith W.J , Price Discrimination, Adjusted Concavity, and Output Change Under Conditions of Constant Elasticity, *Economic Journal*, 1983, 93, pp 892-899.

Gabszewicz J., Thisse J.F, Competitive Discriminatory Pricing, chap 11, pp 387–406, In Feiwel G.R, *The Economic of Imperfect Competition and Employment Joan Robinson and Beyond*, Mc Millan Press, 1989.

Gabszewicz J., *La Concurrence Imparfaite*, Collection Repères, La Découverte, 146, 1994.

Glais M., *Economie Industrielle : Les stratégies concurrentielles des firmes*, Litec, 1992.

Greenhut M.L, Ohta H., *Joan Robinson 's Criterion For Deciding Whether Market Discrimination Reduces Output*, *Economic Journal*, 1976, 86, pp 96-97.

Greenhut M.L, Norman G., Hung C.S, *The Economics of Imperfect Competition*, Cambridge University Press, 1987.

Lancaster K.J, *Variety, Equity and Efficiency*, Columbia University Press, New York, 1979.

Leontieff W., *The Theory of Limited and Unlimited Discrimination*, *Quarterly Journal of Economics*, 1940, May, pp 490-501.

Milgrom P., *An Essay On Price Discrimination*, In : Feiwel G., *The Economics of Imperfect Competition*, Joan Robinson and Beyond, Londres, McMillan, chap 10, pp 365-386, 1989.

Philips L., *Price Discrimination : A Survey of the Theory*, *Journal of Economic Survey*, 1988, 2, pp 1-30.

Pigou A.C, *Monopoly and Consumers' Surplus*, *The Economic Journal*, 1904, XIV, September, pp 388-394.

Pigou A.C, *Producers and Consumers' Surplus*, *The Economic Journal*, 1910, XX, September, pp 358-370.

Pigou A.C, *The Interdependence of Different Sources of Demand and Supply in a Market*, *The Economic Journal*, 1913, XXIII, March, pp 19-24.

Pigou A.C, *The Economics of Welfare*, London McMillan, 1920. Réimprimé en 1962.

Robinson J., *Contributions à l'économie contemporaine*, *Economica*, 1984.

Robinson J., *The Economics of Imperfect Competition*, Mc Millan, London, 1933. Traduction française, *L'économie de la concurrence imparfaite*, Dunod, 1975.

Schmalensee R., *Output and Welfare Implications of Monopolistic Third Degree Price Discrimination*, *American Economic Review*, 1981, 77, 1, March, pp 242-247.

Stigler G.J, *Price Discrimination*, *Handbook of Industrial Organisation*, North Holland, 1989.

Tirole J., *The theory of Industrial Organization*, M.I.T Press, 1988. Traduction française, *Théorie de l'organisation industrielle*, *Economica*, tome I, 1993, tome II, 1995.

Varian H.R, *Introduction à la microéconomie*, De Boeck Université, 1996.

Walras L., *Eléments d'économie politique pure ou théorie de la richesse sociale*, 1874, œuvre réimprimée et augmentée de la traduction des notes de William Jaffé, dans le volume VIII des *Cœuvres Economiques Complètes d'Auguste et Léon Walras*, *Economica*, 1988.