

# Discrimination par les prix

## 1 Surplus du consommateur

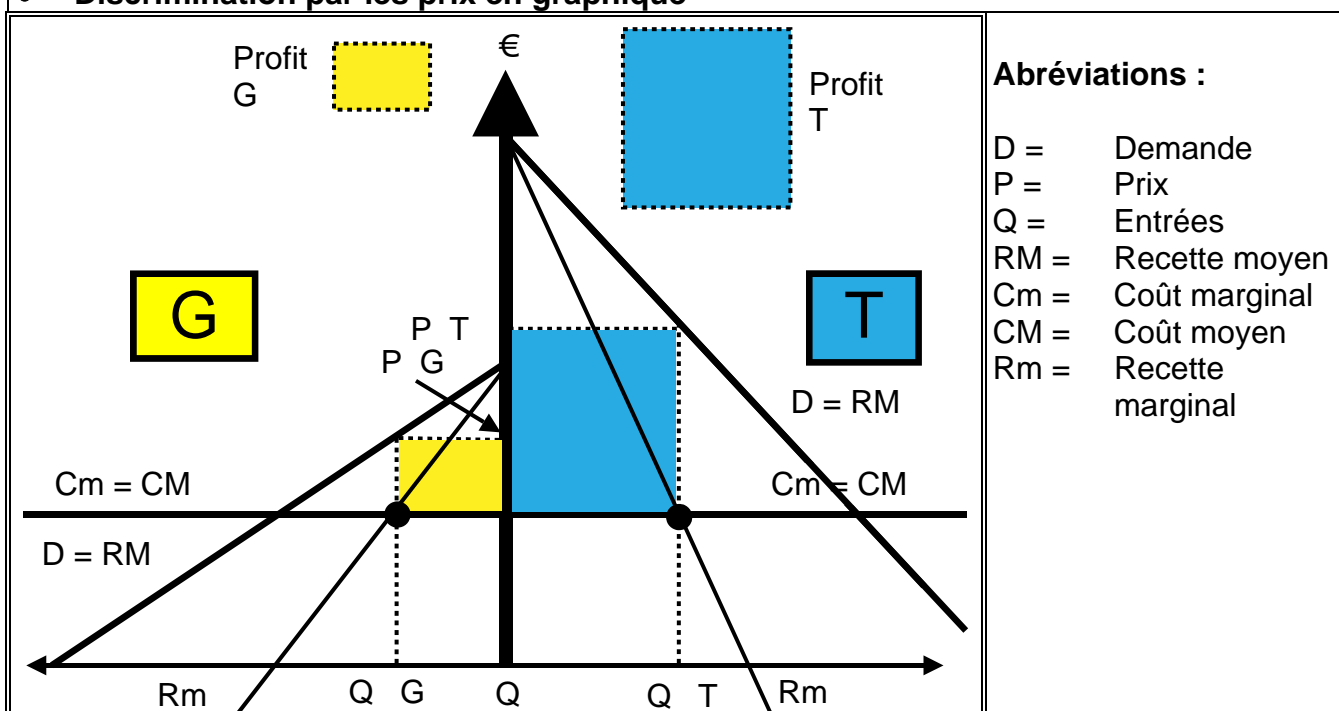
Le surplus du consommateur est la différence entre le prix que les acheteurs sont disposés à payer et le prix qu'ils payent.

## 2 Discrimination par les prix

- Objectif : Diminuer au moins une part du surplus du consommateur afin d'augmenter le profit
- Méthode : Établir une segmentation du marché en considération de la volonté de payer (par exemple : enfants, étudiants, autres adultes)

## 3 Exemple d'une discrimination par les prix

- Prix d'entrée dans un parc de loisirs :
  - Touristes (T) : Prix haut
  - Gens du coin (G) : Prix bas
- Toutes les entrées provoquent **le même coût marginal**.
- **Discrimination par les prix en graphique**



## 4 Conditions afin qu'une discrimination par les prix soit possible

- Existence d'un monopole
- Possibilité de segmenter les acheteurs d'après leur volonté de payer
- Possibilité d'éviter la revente (l'arbitrage)