

## CHAPITRE 2

### *Accès aux biens et services des ménages aux revenus les plus faibles : un modèle microéconomique*

**JEAN-BAPTISTE ANTENORD**<sup>1,2,3</sup>,  
**ÉTIENNE BILLETTE DE VILLEMEUR**<sup>3,4,1</sup>  
**RAULIN L. CADET**<sup>1</sup>

#### **Institutions d'appartenance :**

<sup>1</sup>Centre de Recherche en Gestion et en Economie du Développement (CREGED), Université Quisqueya (Haïti).

<sup>2</sup>Centre de Techniques de Planification et d'Économie Appliquée (Haïti).

<sup>3</sup>Faculté des Sciences Économiques et Sociales, Université de Lille (France)

<sup>4</sup>Chaires Universitaires Toussaint Louverture (Haïti).

#### **Résumé**

Les ménages à faible revenu ont un accès limité au marché des biens et services du fait de leur faible capacité à payer. Lorsque ces biens et services ne sont pas strictement indispensables, il est possible d'identifier un revenu minimum en deçà duquel les ménages préfèrent renoncer à leur usage. Ce niveau de revenu déterminant l'exclusion est naturellement croissant avec le niveau des prix pratiqués par les fournisseurs de ces biens et services. Si les coûts sont trop élevés, à moins de subventions, il n'est pas possible d'éviter qu'il y ait exclusion. Cependant, même dans le cas où, étant donné les coûts, il serait possible aux entreprises d'offrir des biens et services à un prix abordable pour tous, il n'est pas certain qu'il soit dans leur intérêt de le faire. Nous identifions pourtant, dans le cadre d'un exemple, des circonstances où la recherche du profit amène spontanément les entreprises à adopter une politique tarifaire inclusive.

**Mots clés :** *Ménages à faible revenu, revenu minimum, accès aux biens et services, exclusion.*

**JEL :** *E44, G01, G21, N26, M14*

©Les auteurs • 2021 • 

ANTENORD, Jean-Baptiste, Etienne BILLETTE DE VILLEMEUR et Raulin L. CADET (2021). Accès aux biens et services des ménages aux revenus les plus faibles: un modèle microéconomique. In: Cadet, Raulin L., Christophe Providence et Bénédicte Paul (Eds), Accès aux biens et Services en Haïti - Banque et Développement. Editions Pédagogie Nouvelle et Université Quisqueya, Port-au-Prince. [https://doi.org/10.54226/uniq.ecodev.18793\\_c2](https://doi.org/10.54226/uniq.ecodev.18793_c2)

## 2.1 Introduction

La question de l'accès aux biens et services des ménages les plus pauvres est une problématique importante dans la lutte contre la pauvreté. En effet, être exclu de la consommation de certains biens et services est un signe de pauvreté – mais c'est aussi souvent la source de cette dernière. Ainsi le manque d'accès aux services financiers est considéré comme générant des inégalités persistantes, en plus d'être reconnu comme un facteur limitant fortement la croissance (BECK, DEMIRGÜÇ-KUNT et LEVINE., 2007). Même si ce qu'on entend par là n'est pas toujours bien défini, la question de « l'accès aux soins » est également considérée comme centrale dans le monde de la santé (PENCHANSKY et THOMAS, 1981) ; et la santé est évidemment cruciale pour la productivité des travailleurs, la croissance et la sortie de pauvreté (BLOOM, CANNING et SEVILLA, 2004 ; CARSTENSEN et GUNDLACH, 2006 ; WEIL, 2007). L'accès aux infrastructures que ce soit pour les services de distribution d'eau, d'électricité ou encore pour la télécommunication est également généralement considéré comme étant de toute première importance pour le bien-être des populations comme pour leur développement (BROOK et SMITH, 2001).

Les ménages à faible revenu ont cependant un accès aux biens et services souvent très limité du fait de leur faible capacité à payer. Il importe bien sûr de distinguer entre capacité à payer et disposition à payer (GRASSI, 2010). Quoiqu'il en soit, comme l'explique REINHARDT, 1976, les différences de revenu appellent à la discrimination par les prix ; et c'est malheureusement « une voie de fait » que les pauvres finissent souvent par payer plus cher. Allouer des ressources aux ménages les plus pauvres est cependant un problème complexe (CHE et GALE, 2006). D'autant plus que lorsque les marchés sont incomplets et, en présence d'asymétries d'information, les marchés, même parfaitement concurrentiels, sont généralement inefficaces (GREENWALD et STIGLITZ, 1986).

Aussi, sans nier l'importance des efforts pour apporter un soutien aux plus pauvres, nous essayons d'apporter ici un regard complémentaire en considérant la problématique de l'accès aux biens et services, non pas comme un problème émanant 'de la demande', mais comme résultant possiblement du comportement 'de l'offre', c'est-à-dire des producteurs. Plus précisément, en faisant l'hypothèse a priori que les coûts de production sont suffisamment bas pour que les entreprises puissent toujours rester rentables, nous étudions leurs incitations à offrir leurs produits et services à des prix abordables pour tous. La question, en d'autres termes, est de savoir dans quelle mesure les problèmes d'accès aux biens et services ne sont pas en partie dus à l'appât du gain qui caractérise nombre d'entreprises.

## 2.2 Le modèle

Notre étude s'appuie sur une modélisation intentionnellement construite dans le cadre de l'utilitarisme classique, pour lequel le critère de l'agir social consiste à 'agir de façon à maximiser le bien-être du plus grand nombre'. Il en résulte que, dans notre modèle, la distribution des niveaux d'utilité est sans impact sur le niveau de bien-être social. En d'autres termes, la présence – ou non – d'inégalités n'appelle a priori pas à une quelconque intervention.

Cependant, nous supposons que les préférences individuelles ne sont pas quasi-linéaires, en considérant que, de fait, le niveau de consommation des biens et services est en général décroissant avec le niveau de revenu  $R$ . Sous les hypothèses habituelles d'utilité marginale décroissante (des revenus comme des autres biens), il en résulte qu'une augmentation marginale du revenu procure davantage de bien-être à un individu à revenus faibles qu'à un individu avec des revenus plus importants. En d'autres termes, sans qu'il n'y ait a priori de préférences sociales pour la redistribution, les inégalités s'avèrent néfastes pour des motifs d'inefficacité.

Nous examinons, sous ces hypothèses, la segmentation qui émerge à l'équilibre de marché. En particulier, nous essayons de voir s'il est possible d'identifier des circonstances sous-lesquelles, sans abandonner leur recherche du profit, les entreprises se trouvent naturellement portées à proposer une politique tarifaire inclusive, c'est-à-dire telle que les biens qu'elles proposent sont abordables pour tous.

## 2.2.1 Une représentation stylisée

On introduit une représentation stylisée de l'économie en supposant qu'il n'y a que deux « biens ». Il y a d'une part le bien que l'on étudie,  $X$  et d'autre part, le revenu disponible pour « toutes les autres dépenses »,  $R$ .

**Les préférences des ménages.** Les préférences des ménages sont représentées par une fonction d'utilité  $U(x, R)$  que l'on suppose séparable, croissante et concave dans chacun de ses deux arguments. Formellement,

$$\frac{\partial U}{\partial x} \geq 0, \quad \frac{\partial^2 U}{\partial x^2} \leq 0, \quad 2.1$$

$$\frac{\partial U}{\partial R} > 0, \quad \frac{\partial^2 U}{\partial R^2} < 0. \quad 2.2$$

Les inégalités (2.1) ne font que formaliser les hypothèses standards faites quant à l'utilité marginale d'un bien qui est donc supposée (faiblement) décroissante. Cela formalise l'idée qu'un bien est d'autant moins utile qu'on en possède déjà une grande quantité. Les inégalités (2.2), bien que procédant de la même logique nous mettent en dehors du cadre quasi-linéaire qui postule l'absence de tout effet revenu. Au contraire, elles supposent que la demande pour le bien  $X$  est une fonction strictement décroissante du revenu. Comme nous l'avons déjà mentionné, elles impliquent aussi qu'une augmentation marginale du revenu procure davantage de bien-être à un individu à revenus faibles qu'à un individu avec des revenus plus importants.

L'utilité d'un consommateur de revenu  $R$  qui acquiert la quantité  $x$  du bien  $X$  en échange d'un « transfert monétaire »  $t(x)$ , s'écrit donc

$$U(x, R) = u[x; R - t(x)],$$

où l'on suppose, par simplicité que  $t(x)$  est une fonction continue, croissante et dérivable.

**Les principales hypothèses.** Afin de mieux cerner la problématique qui nous intéresse, nous ajoutons plusieurs hypothèses à la représentation stylisée introduite jusqu'ici.

On suppose tout d'abord que le bien  $X$  n'est pas un bien essentiel. En d'autres termes, on ne fait pas l'hypothèse d'Inada pour supposer au contraire que

$$\frac{\partial \mathcal{U}}{\partial x} \geq 0, \quad \frac{\partial^2 \mathcal{U}}{\partial x^2} \leq 0,$$

Par contre, nous supposons qu'il existe des biens essentiels à la survie des ménages. En conséquence, nous maintenons l'hypothèse d'Inada pour « le revenu disponible pour toutes les autres dépenses ». Le bien  $R$  peut donc être qualifié d'essentiel :

$$\lim_{R \rightarrow 0^+} \frac{\partial \mathcal{U}}{\partial R} = +\infty.$$

On suppose également que

$$\lim_{R \rightarrow +\infty} \frac{\partial \mathcal{U}}{\partial R} = 0.$$

Ces deux dernières hypothèses sur le comportement de  $(\partial \mathcal{U} / \partial R)$  – ainsi que celle faite sur la « non-essentialité » de  $X$  – signifient qu'en dessous d'un certain seuil de revenu, les consommateurs préfèrent renoncer totalement au bien  $X$  mais qu'au contraire, il est toujours intéressant d'en acquérir s'ils disposent d'un revenu suffisant.

Afin que le cadre d'analyse reste neutre quant à ses implications en termes (re-)distributifs, on suppose également que

$$\frac{\partial^2 \mathcal{U}}{\partial R \partial X} \equiv 0.$$

En d'autres termes, le bien  $X$ , « en soi », n'est ni plus utile ni moins utile pour les riches ou pour les pauvres.

## 2.2.2 Un modèle de demande

Dans ce qui suit, pour éviter les lourdeurs inutiles, nous restreignons encore le cadre d'analyse pour nous concentrer sur le cas dit de « la demande unitaire ». En d'autres termes, nous supposons que, sauf à y renoncer totalement, il n'est pas possible d'acquérir moins qu'une unité du bien  $X$ ; de plus, l'acquisition d'une quantité supplémentaire de ce même bien ne donne lieu à aucune augmentation de bien-être. En d'autres termes, nous nous plaçons dans un cadre où les individus soit se porteront acquéreurs d'une seule unité du bien, soit préféreront s'en dispenser entièrement.

**Utilité et demande individuelle.** Pour illustrer notre propos, nous adoptons une fonction d'utilité séparable telle que proposée par HE et SUN, 2006 :

$$\mathcal{U}(x, R - p) = \ln(1 + u \cdot I_{x \geq 1}) + \ln(R - p),$$

où  $I_{x \geq 1}$  désigne la fonction indicatrice qui vaut 1 quand  $x \geq 1$  et zéro sinon. Par définition, une personne préfère acheter une unité du bien  $X$  plutôt que de rester sans rien quand  $U(x = 1, R - p) > U(0, R)$  (GABSZEWICZ et THISSE, 1979). Il s'ensuit qu'un individu se porte acquéreur du bien  $X$  si et seulement si :

$$p < \frac{u}{1 + u} R. \quad 2.3$$

En d'autres termes, si on suppose  $p$  donné, le revenu minimal  $R_0$  qui donne lieu à l'achat du bien  $X$  est défini par :

$$R \geq p \left(1 + \frac{1}{u}\right) \equiv R_0. \quad 2.4$$

**Demande agrégée.** Soit  $n(R) : \mathbb{R}_+ \rightarrow \mathbb{R}_+$  la fonction de distribution du nombre d'individus ayant un revenu  $R$  (on fait l'approximation continue pour le dénombrement de la population). La demande agrégée (le nombre d'unités du bien  $X$  achetées) est donc donnée par :

$$D(p) \equiv D = \int_{R_0}^{+\infty} n(R) dR = N - N(R_0), \quad 2.5$$

où  $N(R)$  est la distribution cumulée associée à la fonction de densité  $n(R)$  et  $N = \int_0^{+\infty} n(R) dR$  est le nombre total de ménages. Par simplicité, on suppose également que les coûts de production sont linéaires :

$$C(D) = cD. \quad 2.6$$

En d'autres termes, il n'y a pas de coûts fixes et le coût unitaire du bien  $X$  est noté  $c$ .

### 2.2.3 Profits et bien-être social

Étant donné ce qui précède, les profits s'écrivent :

$$\Pi(p) = (p - c) D(p) = \int_{R_0}^{+\infty} (p - c) n(R) dR. \quad 2.7$$

Le bien-être social, défini ici comme la somme du surplus des consommateurs – ceux n’ayant pas accès au bien  $X$  comme les autres – et celui du producteur (c’est à dire ici, le profit de l’entreprise), s’écrit lui :

$$W(p) = \left\{ \int_0^{R_0} \ln(R) n(R) dR + \int_{R_0}^{+\infty} [\ln(1+u) + \ln(R-p)] n(R) dR \right\} \quad 2.8$$

$$+ \left\{ \int_{R_0}^{+\infty} (p-c) n(R) dR \right\}.$$

Il mesure, à une constante près, le total des richesses créées par la fabrication du bien  $X$  (et sa commercialisation) dans l’ensemble de la société.

### Contraintes de faisabilité

On se place dans le cas où le prix de vente du bien équivaut au moins à son coût de fabrication, en d’autres termes, on suppose que  $p \geq c$ . Nous supposons que l’entreprise ne reçoit pas de subventions ou subsides si bien qu’elle doit nécessairement être rentable pour survivre.

Soit  $\underline{R}$  le revenu minimum de la société. Si  $\underline{R} < R_0$ , il y aura nécessairement des personnes qui ne pourront pas avoir accès à ce bien. Dans le cas contraire, c’est-à-dire lorsque  $R_0 \leq \underline{R}$ , il est possible de donner accès au bien  $X$  à tous. Cependant, il n’est pas certain que l’entreprise décide d’une politique tarifaire telle que tous trouvent le bien abordable. Le but de cette communication est d’identifier les circonstances sous lesquelles, la recherche du profit conduit les entreprises à adopter naturellement une politique tarifaire qui donne accès aux biens à tous.

## 2.2.4 Maximisation du profit et du bien-être

### Maximisation du profit

La condition du premier ordre (CPO) associée à la maximisation du profit s’écrit :

$$\frac{\partial \Pi}{\partial p} = N - N(R_0) - (p-c) n(R_0) \frac{\partial R_0}{\partial p} = 0. \quad 2.9$$

Par suite, si le prix optimal est une solution intérieure au programme de maximisation du profit (2.7), il sera tel que

$$\frac{p_0 - c}{p_0} = \frac{N - N(R_0)}{n(R_0) R_0} = \frac{1}{\varepsilon_{D/p}}. \quad 2.10$$

Ce premier résultat n’est que la classique « règle de Lerner » selon laquelle, pour maximiser ses profits, une entreprise doit avoir une marge  $(p_0 - c)/p_0$  exactement égale à l’inverse de l’élasticité prix de la demande  $\varepsilon_{D/p}$ . Une conséquence de ce résultat est que, l’entreprise adoptera une marge d’autant plus élevée que les consommateurs se révèlent relativement insensibles à une augmentation du prix, c’est à dire que la demande est relativement inélastique ( $\varepsilon_{D/p}$  est relativement faible).

## Maximisation du bien-être

La CPO associée à la maximisation du bien-être s'écrit :

$$\frac{\partial W}{\partial p} = -(p - c) n(R_0) \frac{\partial R_0}{\partial p} + \int_{R_0}^{+\infty} \left[ 1 - \frac{1}{R - p} \right] n(R) dR = 0. \quad 2.11$$

Par suite, la marge qui maximise le bien-être social est donnée par :

$$\frac{p^* - c}{p^*} = \frac{1 - \int_{R_0^*}^{+\infty} \left[ \frac{1}{R - p^*} \right] \frac{n(R)}{N - N(R_0^*)} dR}{\varepsilon_{D_0/p}}. \quad 2.12$$

Sans surprise, pour maximiser le bien-être social, il faut que l'entreprise adopte une marge inférieure à celle qu'elle a intérêt à adopter pour maximiser ses profits.

Il est possible cependant d'aller plus loin dans l'interprétation de l'équation (2.12). En effet,  $(R - p^*)^{-1}$  est l'utilité marginale du revenu d'un consommateur du bien  $X$  au revenu  $R$ . L'expression  $\int_{R_0^*}^{+\infty} (R - p^*)^{-1} [n(R)/N - N(R_0^*)] dR$  n'est donc que l'utilité marginale moyenne des ménages qui achètent le bien. Il en résulte que, si cette utilité marginale moyenne est supérieure à 1, alors la maximisation du bien-être social requiert a priori de subventionner les consommateurs c'est-à-dire d'adopter un prix strictement inférieur au coût marginal  $c$ . Si l'on opère sous contrainte de rentabilité, on fixera alors le prix au niveau le plus bas compatible avec une telle contrainte, c'est-à-dire au coût marginal :  $p^* = c$ .

Il est à noter que, contrairement au résultat classique obtenu dans le cadre des utilités quasi-linéaires, si l'utilité marginale moyenne du revenu des ménages qui consomment le bien est inférieure à 1, alors, le prix socialement optimal du bien est strictement supérieur au coût marginal. Autrement dit, la tarification au coût marginal n'est socialement efficace que si l'on suppose que l'utilité marginale du revenu est constante et identique pour consommateurs et producteurs.

### 2.2.5 Exclusion

Les ménages qui ont un revenu inférieur à  $R_0$  n'ont pas un revenu suffisant pour accéder au bien  $X$ . Si son prix dépasse la valeur seuil  $[u/1+u] \underline{R}$ ,  $\underline{R}$  étant le revenu minimum de la société, alors  $R_0 > \underline{R}$  et la population exclue s'élève à :

$$N_0 \equiv N(R_0) = \int_0^{R_0} n(R) dR.$$

Si le coût  $c$  est trop élevé, il n'est pas possible que le bien  $X$  soit produit et vendu de manière rentable sans qu'il n'y ait exclusion. Par contre, si

$$c \leq \frac{u}{1+u} \underline{R}, \quad 2.13$$

il est parfaitement possible de produire le bien  $X$  sans qu'il n'y ait exclusion. Dans la suite de cet article, nous supposerons une telle condition remplie.

### Maximisation du profit et exclusion

Supposons qu'il soit possible de produire le bien  $X$  de manière rentable sans pour autant exclure personne. Autrement dit, supposons que la condition (2.13) soit vérifiée. On peut alors définir le prix

$$\underline{p} = \frac{u}{1+u} \underline{R}$$

qui est la disposition à payer pour le bien  $X$  des ménages au plus bas revenus. C'est aussi bien-sûr le prix en deçà duquel il n'y a pas d'exclusion.

Par hypothèse  $\underline{p} \geq c$ . La question que nous posons ici est celle de savoir en quelles circonstances le prix  $p_0$  qui maximise le profit vérifie  $p_0 \leq \underline{p}$ . Plus précisément, on veut identifier les conditions sur la distributions des revenus  $n(R)$  qui sont telles que le prix défini en (2.10) vérifie  $p_0 < \underline{p}$  ( si la solution du programme de maximisation des profits est « intérieure » ) et de manière plus générale ( lorsque techniquement parlant, la maximisation du profit donne lieu à une solution en coin ) que l'entreprise n'a jamais intérêt à adopter un prix  $p_0 > \underline{p}$ .

### Le cas de la distribution des revenus uniforme

Pour nous affranchir de la technicité du problème lorsque l'on considère une distribution des revenus quelconque, nous nous limitons dans cette communication à la seule distribution uniforme des revenus. Plus précisément, on note  $\underline{R}$  le revenu minimum dans la population,  $\bar{R}$  le revenu maximum et la fonction densité est telle que :

$$\begin{aligned} n(R) &= N / (\bar{R} - \underline{R}) && \text{si } R \in [\underline{R}; \bar{R}] \\ n(R) &= 0 && \text{autrement.} \end{aligned} \tag{2.14}$$

Sous cette hypothèse, la distribution cumulée des revenus est identiquement nulle pour tout  $R < \underline{R}$ , constante et égale à  $N$  quand  $N > \bar{R}$  et donnée par

$$N(R) = \frac{R - \underline{R}}{\bar{R} - \underline{R}} N$$

quand  $\underline{R} \leq R \leq \bar{R}$

Par suite, la formule de Lerner donnée en (2.10) peut être ré-écrite sous la forme :

$$\frac{p_0 - c}{p_0} = \frac{\bar{R} - R_0}{R_0},$$

où  $R_0 = (1+1/u)p_0$ . On obtient donc :

$$p_0 = \frac{1}{2} (c + \bar{p}), \quad 2.15$$

où  $\bar{p} = [u/(1+u)] \bar{R}$  est la disposition à payer pour le bien  $X$  des ménages au plus haut revenu. La maximisation des profits conduira donc toujours à l'exclusion d'une partie de la population quand  $\bar{p} - \underline{p} > \underline{p} - c$  c'est-à-dire

$$\bar{R} - \underline{R} > \underline{R} - R_c$$

où  $R_c$  est le revenu minimum pour qu'un ménage ait une disposition à payer pour  $X$  au moins égale au coût.

Si la tarification adoptée n'entraîne pas l'exclusion, cela signifie que le prix adopté par l'entreprise est tel que  $p_0 \leq \underline{p}$  si bien que  $D(p) = N$  et  $\Pi(p) = (p-c)N$ . Il est clair que l'entreprise n'a donc jamais intérêt à adopter un prix strictement inférieur à  $\underline{p}$ . Quand  $p_0 = \underline{p}$  et  $R_0 = \underline{R}$  alors la condition de maximisation du profit (2.9) s'écrit

$$\frac{\partial \Pi}{\partial p} = \left[ 1 - \left( \frac{\underline{p} - c}{\underline{p}} \right) \frac{\underline{R}}{\bar{R} - \underline{R}} \right] N.$$

Pour que l'entreprise n'ait pas d'incitations à augmenter ses prix au-delà de  $\underline{p}$  il faut que  $(\underline{p} - c)/\underline{p} > (\bar{R} - \underline{R})/\underline{R}$  c'est à dire que

$$\bar{R} - \underline{R} < \underline{R} - R_c.$$

En d'autres termes, si l'écart entre le revenu maximum et minimum est suffisamment faible, une entreprise qui cherche à maximiser ses profits va spontanément adopter une tarification qui rend le bien abordable pour tous. Dans le cas contraire, l'écart des revenus dans la population va induire les entreprises à s'intéresser aux segments les plus riches – et la fourniture du bien  $X$  se fera avec exclusion.

**FIGURE 2.1** – Inégalités et exclusion

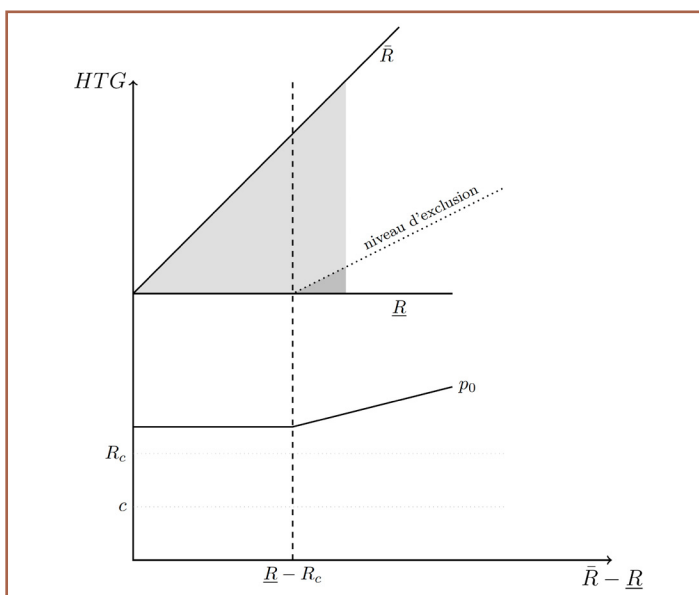


FIGURE 2.1 – Inégalités et exclusion : Seuls les individus avec un revenu au moins égal à  $R_c$  achètent le bien lorsqu'il est vendu au coût  $c$ . L'ensemble de la distribution des revenus, depuis  $\underline{R}$ , jusqu'à  $\bar{R}$  (zone grisée) est au-dessus de ce seuil. Tant que  $\bar{R} - R < \underline{R} - R_c$ , l'entreprise adopte un prix  $p_0$  qui est juste abordable pour les personnes de plus bas revenu,  $\underline{R}$ . Si l'écart de revenu est plus important, l'entreprise a intérêt à adopter un prix plus élevé, qui entraîne l'exclusion d'une partie de la population (zone en gris foncé).

### 2.3 Conclusion

Lorsque l'on s'écarte des hypothèses simplificatrices du cadre quasi-linéaire pour prendre en compte les effets revenus, la demande pour un bien ou service dépend non-seulement de son prix, mais également du revenu des acheteurs potentiels. Il est donc possible d'identifier un revenu critique en deçà duquel les ménages préfèrent renoncer à son usage.

Ce revenu critique dépend bien évidemment du prix auquel est vendu ce bien ou service. Plus précisément, plus le prix de vente est élevé, plus l'accès à ce bien ou service sera limité aux seuls ménages à hauts revenus. En d'autres termes, le prix détermine le niveau d'exclusion.

Pour une entreprise, augmenter les prix n'entraîne une augmentation des profits que si cette augmentation n'amène pas à perdre trop de clients. Il est évident qu'il n'est jamais profitable d'appliquer une politique tarifaire qui entraîne 'trop' d'exclusion, même si ce 'trop' est difficile à définir. Ce qui est moins évident, c'est de savoir dans quelle mesure il est possible d'identifier des circonstances dans lesquelles l'entreprise aura intérêt à adopter un prix suffisamment bas pour qu'il n'y ait pas la moindre exclusion.

Lorsque les coûts sont tels qu'en vendant à prix coûtant, certains ménages préfèrent renoncer à l'usage d'un bien au vu de leur faibles ressources, il est évident qu'il n'est pas possible pour l'entreprise d'être rentable sans qu'il n'y ait exclusion. Mais dans le cas contraire, qu'en est-il ? La recherche du profit est-elle irrémédiablement liée à l'émergence de l'exclusion - ou bien est-il possible d'identifier des circonstances dans lesquelles, même une entreprise qui n'a pas de visées sociales préfère adopter une politique tarifaire qui n'exclut aucun consommateur? Nous répondons par l'affirmative à cette dernière question – à travers un exemple simple, construit dans le cadre d'un modèle de demande unitaire<sup>1</sup>.

Naturellement, l'exclusion est problématique pour une entreprise lorsqu'elle lui est 'coûteuse', c'est-à-dire qu'elle se traduit par la perte de nombreux clients potentiels – sans que, par ailleurs, elle puisse faire des marges substantielles sur les clients qui lui restent. S'il était loin d'être prévisible, notre résultat n'est donc pas surprenant. Nous établissons en effet que, pour la famille de distributions de revenus que nous considérons, lorsque les écarts de revenus au sein de la population sont suffisamment faibles, même une entreprise qui ne cherche qu'à faire des profits va adopter une politique tarifaire qui rend ses biens ou services accessibles à tous.

Naturellement, si une entreprise fait face à une population où la distribution des revenus est très inégalitaire, il lui sera au contraire profitable d'exclure certains consommateurs potentiels pour pouvoir s'assurer une marge plus importante sur les autres. Il apparaît donc que, tout au moins dans le cadre de notre exemple, l'inégalité engendre l'exclusion – et l'égalité appelle à l'inclusion. En d'autres termes, notre modèle micro-économique pointe sur un bénéfice supplémentaire des politiques de redistribution. Au-delà de leur impact directs sur les ménages, elles peuvent en effet réorienter la dynamique de création de richesses associée aux économies de marché pour les rendre inclusives et non pas sources de davantage d'inégalités.

Ce travail ne constitue bien sûr qu'une première ébauche pour tenter d'aborder les importantes problématiques qui le traversent. Il ne s'agit, de fait, que d'un exemple et les résultats demandent encore à être généralisés. De plus, nous supposons que les coûts de production sont tels que les biens ou services fournis par les entreprises pourraient effectivement être offerts à tous de manière rentable. Dans la réalité, les caractéristiques d'un bien ou service font eux-mêmes l'objet d'un choix stratégique de la part de l'entreprise qui les met sur le marché. Quelles sont les incitations pour les entreprises à opter pour des caractéristiques qui les rendent effectivement – au moins potentiellement – abordables par tous ? Est-il effectivement possible d'identifier des circonstances où la distribution des revenus est telle que les entreprises ont intérêt à éviter toute discrimination ? Le travail de thèse du premier auteur devrait tenter d'apporter une réponse à ces différentes questions.

---

1. On parle de demande unitaire lorsque les ménages se limitent toujours à l'acquisition d'au plus une seule unité d'un bien ou service parce que la jouissance d'unités additionnelles – même gratuite – ne leur procure aucun bénéfice supplémentaire.

## Références

BECK, Thorsten, Asli DEMIRGÜÇ-KUNT et Ross LEVINE. (2007). "Finance, Inequality, and the Poor". In : Journal of Economic Growth 12.1, p. 27-49. <https://doi.org/10.1007/s10887-007-9010-6>.

BLOOM, D. E., D. CANNING et J. SEVILLA (2004). "The Effect of Health on Economic Growth : A Production Function Approach". In : World Development 32.1, p. 1-13. <https://doi.org/10.1016/j.worlddev.2003.07.002>.

BROOK, Penelope et Warrick SMITH (2001). Improving access to infrastructure services by the poor : institutional and responses. Background Paper. World Bank.

CARSTENSEN, Kay et Erich GUNDLACH (2006). "The Primacy of Institutions Reconsidered : Direct Income Effects of Malaria Prevalence". In : The World Bank Economic Review 20.3, p. 309-339. <https://doi.org/10.1093/wber/lhl001>.

CHE, Yeon-Koo et Ian L. GALE (2006). "Market versus Non-Market Assignment of Initial Ownership". In: SSRN. <http://doi.org/10.2139/ssrn.984121>.

GABSZEWICZ, J. Jaskold et Jacques F. THISSE (1979). "Price competition, quality and income disparities". In : Journal of Economic Theory 20.3, p. 340-359. [https://doi.org/10.1016/0022-0531\(79\)90041-3](https://doi.org/10.1016/0022-0531(79)90041-3).

GRASSI, Simona (2010). Public and Private Provision under Asymmetric Information : Ability to Pay and Willingness to Pay, Manuscrit.

GREENWALD, Bruce C. et Joseph E. STIGLITZ (1986). "Externalities in economies with imperfect information and incomplete markets". In : The Quarterly Journal of Economics 101.2, p. 229-264. <https://doi.org/10.2307/1891114>.

HE, Yong et Guang-Zhen SUN (2006). "Income dispersion and price discrimination." In : Pacific Economic Review 11.1, p. 59-74. <https://doi.org/10.1111/j.1468-0106.2006.00299.x>.

PENCHANSKY, R. et J. W. THOMAS (1981). "The concept of access: definition and relationship to consumer satisfaction". In : Medical care 19.2, p. 127-140.

REINHARDT, Paul G. (1976). "Demand Analysis and Why the Poor May Pay More". In : The Quarterly Journal of Economics 90.3, p. 509-513. <https://doi.org/10.2307/1886049>.

WEIL, D. (2007). "Accounting for the Effect of Health on Economic Growth". In : The Quarterly Journal of Economics 122.3, p. 1265-1306. <https://doi.org/10.1162/qjec.122.3.1265>.



Cette communication est mise à disposition selon les termes de la Licence Creative Commons Attribution - Pas d'Utilisation Commerciale 4.0 International.