



La discriminazione di prezzo nel monopolio

Lezione del 16 aprile 2025

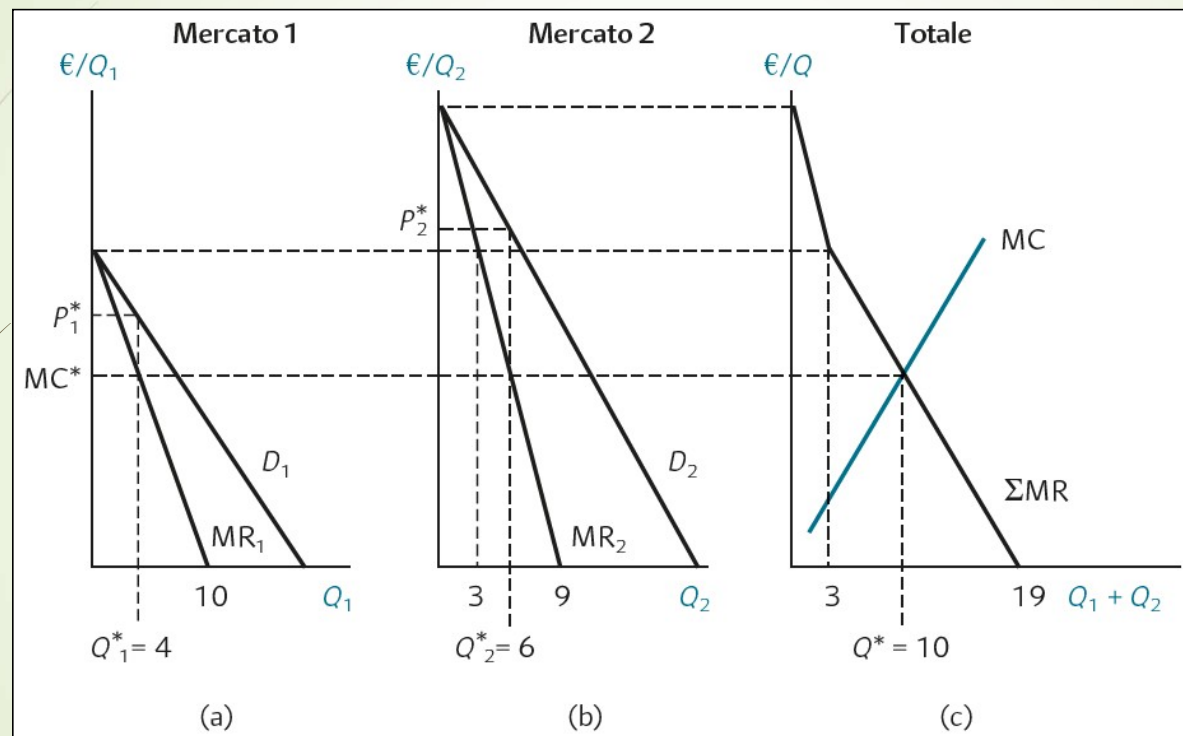
La discriminazione di prezzo

La discriminazione di prezzo consiste in una pratica attraverso la quale il monopolista cerca di appropriarsi di quote di surplus dei consumatori applicando prezzi diversi a consumatori diversi.

La teoria economica individua quattro tipologie di discriminazione dei prezzi:

- a) Vendite in mercati separati (discriminazione di prezzo di terzo tipo)
- b) Discriminazione perfetta di prezzo (monopolista perfettamente discriminante)
- c) Discriminazione di prezzo di secondo tipo
- d) Discriminazione di prezzo tramite auto-identificazione dei consumatori

La discriminazione del terzo tipo: la vendita su mercati separati



Consiste, ove possibile, nel praticare prezzi diversi a segmenti diversi di clientela caratterizzati da una diversa «sensibilità» (leggi anche elasticità) al prezzo.

I mercati caratterizzati da una domanda più «rigida» saranno quelli soggetti a subire dei prezzi più alti.

Attenzione: questa pratica è possibile solo in assenza di «contiguità» dei mercati, altrimenti le operazioni di arbitraggio annullerebbero qualsiasi vantaggio!

Simulazione numerica da Esercizio 12.5, pag. 400 del manuale con estensioni

Un monopolista vende in due mercati separati dei quali riesce a individuare le seguenti forme funzionali delle domande:

$$P_1 = 10 - Q_1 \quad \text{e} \quad P_2 = 20 - Q_2.$$

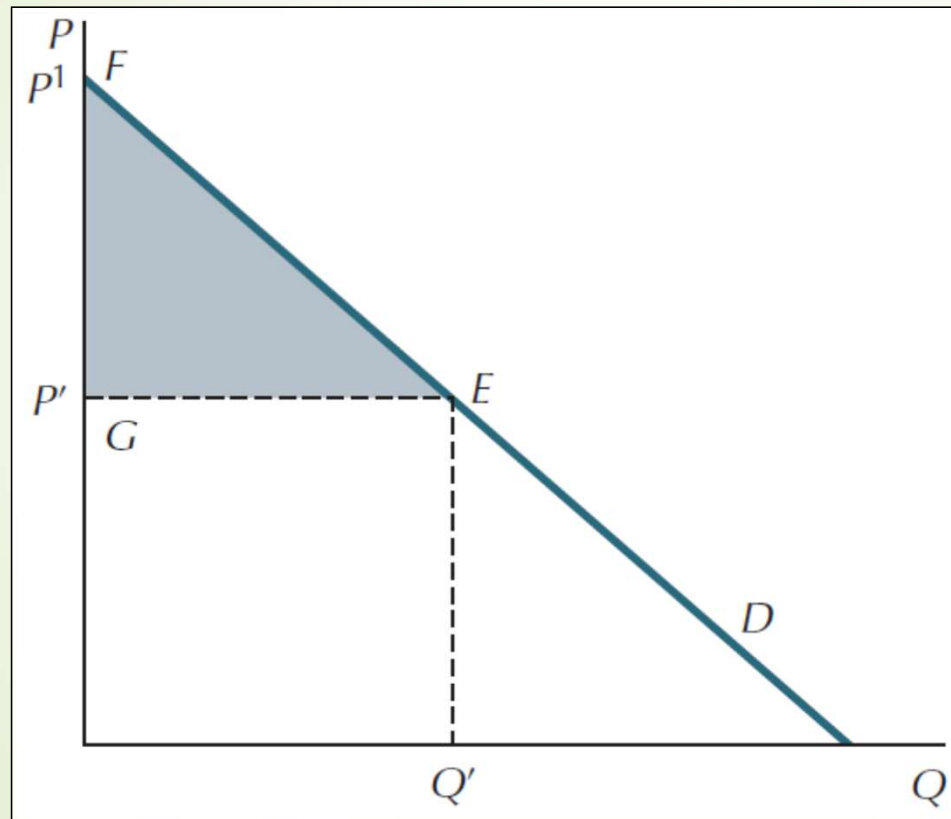
Se la funzione del costo totale è pari a:

$$TC = 5 + 2Q$$

si determinino:

- a) La quantità venduta nel caso di discriminazione di prezzo;
- b) Il prezzo fissato in ciascun mercato;
- c) I profitti realizzati nel caso di discriminazione di prezzo;
- d) La quantità prodotta e il prezzo di mercato nel caso in cui il monopolista non attui la discriminazione;
- e) I profitti nel caso di assenza di discriminazione;
- f) I corrispondenti valori delle elasticità della domanda per i valori dei prezzi di mercato nel caso di discriminazione di prezzo.

Discriminazione del primo tipo: il monopolista perfettamente discriminante



Consiste, ove possibile, nell'estrarre tutto il surplus dai consumatori applicando prezzi diversi per segmenti diversi.

Una modalità può essere quella di applicare prezzi unitari uguali pari al costo marginale, ma quote di iscrizioni diverse per beni «escludibili» per i quali il consumatore si identifica.

Oppure riuscire a catturare il prezzo di riserva...

Simulazione numerica da Esempio 12.4, pag. 403 del manuale

Un circolo tennis del Campus Universitario stima le funzioni di domanda per l'affitto dei campi agli studenti (S) e ai docenti (D), rispettivamente, come segue:

$$P_S = 10 - Q_S \quad \text{e} \quad P_D = 20 - Q_D.$$

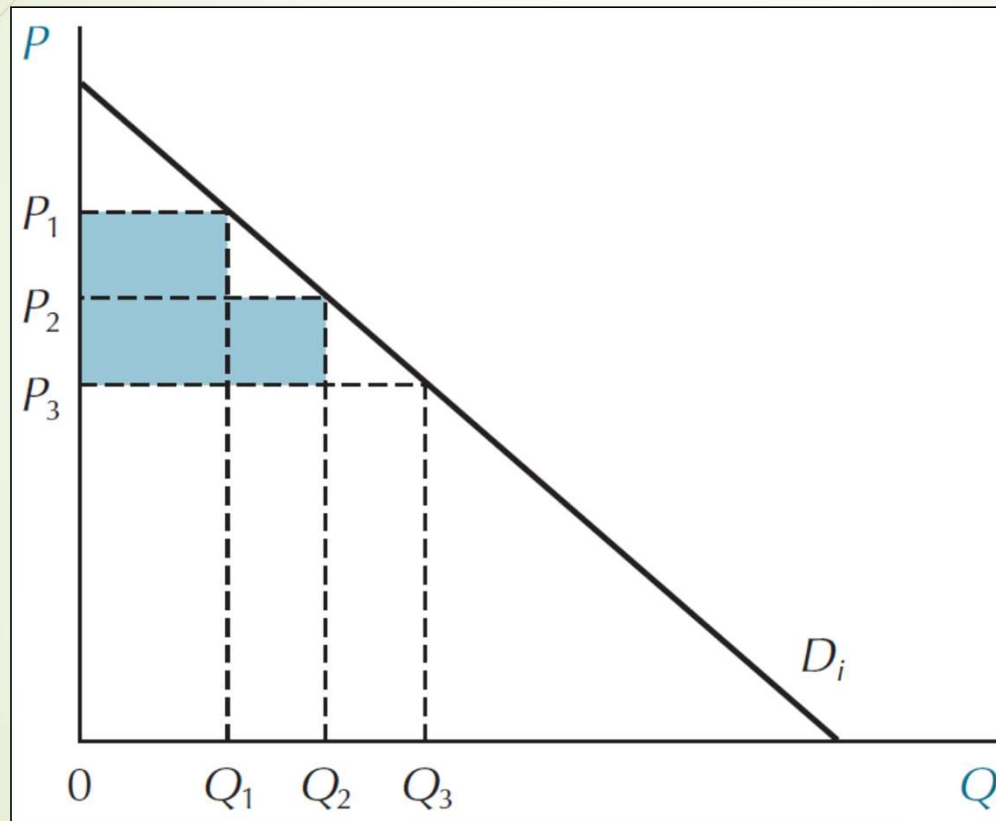
Se la funzione del costo marginale fosse pari a:

$$MC = 2,$$

si determinino:

- a) La tariffa oraria pagata da ciascuna tipologia di clienti e se ne tracci il relativo grafico;
- b) La quota annuale che il circolo Tennis potrebbe richiedere a ciascuna tipologia di clienti per appropriarsi dell'intero surplus;
- c) Prova a spiegare le ragioni di una diversa quota richiesta alle due tipologie di clienti.

Discriminazione del secondo tipo: le tariffe a scaglioni



Consiste nel fornire beni e servizi a prezzi diversi sulla base di diverse soglie di consumo.

Quando è difficile distinguere la tipologia di clienti accade che vengano praticate offerte che spingono gli utenti ad aumentare il consumo.