

Aire de marché

Zone dans laquelle se recrutent les consommateurs des biens ou des services produits par une entreprise.

Dans les théories de Christaller et de Lösch, l'aire de marché correspond à la zone dans laquelle le coût du transport tA , ajouté au prix c du bien produit en A , ne dépasse pas le prix p que le consommateur est disposé à payer (on suppose que p est constant sur toute la surface et que le coût du transport est proportionnel à la distance). L'aire de marché d'une seule firme isolée est donc de forme circulaire. Deux firmes proches entrent en compétition sur le marché: si la firme B offre un prix inférieur à celui de A entre $M'A$ et X , et sous l'hypothèse que le consommateur cherche à se procurer le produit au moindre coût, l'aire de marché de B débordera celle de A jusqu'au droit de X . L'entrée d'autres firmes sur le marché amène en théorie un pavage hexagonal.

Bibliographie

HYP ER GEO