

Localisation et Economie Géographique

Eric Malin

Février 2004

1 Introduction

1.1 Importance de l'approche en termes de localisation

1.2 Tour d'horizon de la littérature

2 Concurrence Spatiale

2.1 Shopping (Hotelling (1929))

2.1.1 Localisation pure (Lerner et Singer (1937)) et principe de différenciation minimale

2.1.2 Localisation et Concurrence en Prix

1. Hotelling

2. d'Aspremont, Gabszewicz et Thisse (1979)

2.2 Shipping ou livraison (Hoover, Hurter et Lederer (1985))

3 Concurrence Monopolistique avec Rendements Croissants d'Agglomération

3.1 Rappels sur le Modèle de Concurrence Monopolistique en Commerce International

3.2 Modèle Coeur-Périphérie et Causalité Circulaire

4 Externalités

4.1 Modèle de Fujita, Imai, Ogawa (1982)

5 Conclusion

5.1 Synthèse

5.2 Développements récents : Approche en termes d'auto-organisation