

## La présence d'un producteur unique signifie-t-elle automatiquement absence de concurrence et nécessité d'intervention des autorités anti-trust ?

*La concurrence ferait défaut quand une entreprise détient des parts considérables sur un « marché » et a fortiori quand elle se retrouve seule à produire un bien ou un service particulier. Ces entreprises sont alors systématiquement suspectées par les pouvoirs publics d'« abus de position dominante » et leurs prix et pratiques jugés anti-concurrentiels. La politique anti-trust en Europe, comme ailleurs dans le monde, les soumet à diverses pénalités.*

*Cependant, en dehors des cas de monopoles légalement protégés, la concurrence continue de s'exercer. Les pouvoirs publics empêchent en réalité ces entreprises de mieux satisfaire les consommateurs. Leurs décisions entravent alors, au lieu de favoriser, la libre concurrence.*

### Les contraintes de la politique anti-trust

Les politiques anti-trust – celle de l'UE ne fait pas exception – reposent sur la croyance que la concurrence se mesure par le nombre de concurrents dans un secteur donné de l'économie. Elle serait « pure et parfaite » si un grand nombre d'offres proposent exactement le même produit et qu'aucun d'entre eux n'exerce d'influence sur les prix.

Une entreprise est par conséquent jugée en « quasi-monopole » si elle détient une part considérable des ventes. Elle est considérée en situation de « monopole », si elle est seule à fournir un bien ou service particulier. Dans cette vision, la concurrence serait affaiblie dans le premier cas et inexistante dans le second.

Les politiques anti-trust auraient ainsi pour objectif de restaurer la concurrence par un contrôle des pouvoirs publics sur les pratiques commerciales et les prix de ces entreprises. Si elles sont soupçonnées d'abuser de leur position pour augmenter leurs prix, des sanctions et des mesures sont alors prévues, et ce dans l'objectif présumé de protéger les

consommateurs.

Outre les hausses de prix, les baisses de prix sont aussi dans le collimateur des instances anti-trust. En effet, ces dernières peuvent recourir à des sanctions si elles jugent qu'en pratiquant des prix « trop bas », l'entreprise pousse ses concurrents à sortir de la niche qu'elle occupe, ou les empêche d'y entrer. Ainsi, une



multitude d'entreprises dans de nombreux secteurs ont été sanctionnées au sein de l'UE pour avoir pratiqué de tels prix(1). Après avoir été condamné au Japon pour avoir pratiqué des rabais sur le prix de ses microprocesseurs, Intel par exemple fait à l'heure actuelle l'objet d'enquête de la part de Bruxelles pour ce même type de pratiques commerciales(2).

Enfin, les pouvoirs publics peuvent aussi sanctionner une entreprise « dominante » ou un producteur unique en l'obligeant à partager une partie de ses actifs avec des concurrents. C'est ainsi que Bruxelles a exigé par exemple de Microsoft qu'elle fournisse à des rivaux des informations stratégiques concernant son système d'exploitation. De même, les pouvoirs publics obligent des compagnies téléphoniques ou d'électricité à

1. Voir Valentin Petkantchin, *Les restrictions anti-trust européennes sur les rabais et remises de prix des entreprises « dominantes »*, Note économique, Institut économique Molinari, juin 2007, disponible à : <http://www.institutmolinari.org/pubs/note20075fr.pdf>.

2. Voir le communiqué de presse de la Commission, disponible à :

<http://europa.eu/rapid/pressReleasesAction.do?reference=MEMO%2F07%2F314&format=HTML&aged=0&language=EN&guiLanguage=en>. Voir sur ce sujet aussi Cécile Philippe, « AMD-Intel : baisser ses prix serait anticoncurrentiel ! », disponible à : <http://www.institutmolinari.org/editos/20070417.htm>. Une version a été publiée en anglais dans le *Wall Street Journal* du 1er mars 2007.

partager leurs réseaux avec des revendeurs de leurs propres services(3).

Bref, dès qu'une entreprise est présumée « dominante » ou seule dans un créneau, elle peut facilement se retrouver poursuivie par les bureaucraties anti-trust. Elle n'est plus en mesure de proposer les prix ou les rabais qu'elle souhaiterait, ni les contrats qu'elle voudrait passer avec ses clients. Quels que soient les prix qu'elle propose, ceux-ci peuvent être jugés tantôt trop élevés tantôt trop bas et faire l'objet de sanctions. Les instances anti-trust l'obligent donc à supporter – en plus des risques commerciaux inhérents à ses activités – un climat d'incertitude permanent et à détourner une partie de ses ressources pour y faire face. Ces ressources ne sont alors plus disponibles pour mieux satisfaire les consommateurs.

« Pousser la subdivision du marché, comme le font les instances anti-trust, jusqu'à trouver une niche où une entreprise pourrait se retrouver seule, est sans fondement. »

### La subdivision arbitraire des niches du marché par les instances anti-trust

Le concept même de « marché » – appelé aussi « marché pertinent » dans le jargon bureaucratique – dont les parts seraient accaparées par une seule entreprise, repose sur l'hypothèse que certains produits ne peuvent être substitués par les consommateurs. Ainsi, un produit constituerait en théorie un « marché » à part, quand il est jugé ne pas avoir de substituts proches.

Par exemple, pour condamner en 1999 en France le fabricant de Barbie, les bureaucrates anti-trust ont dû s'appuyer, comme le précise l'économiste Philippe Simmonot(4), sur une subdivision arbitraire du secteur des jouets. Après avoir séparé les jouets pour garçons des jouets pour filles, ils ont dû isoler les poupées des autres jouets pour filles, tels les jeux artistiques, les jeux d'activité manuelle et de création, les jeux de construction, les puzzles ou les peluches. De même sur le « marché » des poupées ils ont dû distinguer celui des « poupées-poupons », des « poupées miniatures » et des « poupées mannequins ». Enfin, ce n'est que dans cette dernière « sous-sous-niche » de la « sous-niche » du monde des jouets pour petites fille – « révolutionné » par Barbie, selon les propres dires du Conseil de la concurrence

en France – que le fabricant a été présumé abuser de sa situation de « quasi-monopole », accaparant en 1990 et 1991 respectivement 86% et 90% de la valeur des ventes(5). Il a été condamné à payer 1,5 million de francs (près de 230 000 euros).

Mais de telles procédures ignorent le fait que ce sont *in fine* les consommateurs qui décident subjectivement si deux produits sont en pratique substituables à leurs yeux ou pas. Ainsi en dépit de la subdivision bureaucratique arbitraire, les acheteurs peuvent facilement décider de remplacer la poupée Barbie par un autre type de poupée ou par un autre jouet. Les différents jouets sont indiscutablement en concurrence avec celle-là quand les parents ou les grands-parents décident de consacrer une partie de leur budget pour faire plaisir à leurs enfants ou petits-enfants.

Pousser la subdivision du marché, comme le font les instances anti-trust, jusqu'à trouver une niche où une entreprise pourrait se retrouver seule est sans fondement. Il serait toujours possible d'accuser par exemple Sony d'être la seule entreprise à produire des appareils Sony ou Porsche d'être le seul à fabriquer des voitures de la même marque, mais à l'évidence cela n'aurait pas de pertinence économique.

### Les avantages économiques d'avoir un seul offreur

En dépit des difficultés de définir des niches différentes et bien délimitées, imaginons néanmoins qu'il soit possible d'observer des entreprises qui produiraient seules un bien ou un service particulier.

En l'absence de barrières légales ou réglementaires à l'entrée(6), un tel phénomène signifie simplement qu'étant donné les spécificités des technologies du moment et les caractéristiques de la production et de la demande dans le secteur en question, cette entreprise est en mesure, tout en étant seule, de satisfaire les consommateurs de la meilleure façon possible. Il s'agit dans un tel cas de l'entreprise la plus efficace et qui – grâce à des économies d'échelle, de nouvelles pratiques ou une meilleure organisation – est susceptible d'approvisionner l'ensemble des consommateurs dans des conditions optimales.

3. Sur le partage obligatoire dans les télécoms, voir Valentin Petkantchin, « Le cadre réglementaire pour la téléphonie de demain », Mémoire soumis au Groupe d'étude sur le cadre réglementaire des télécommunications, Institut économique de Montréal, Canada, Août 2005, p. 13-15, disponible à <http://www.iedm.org/uploaded/pdf/memoire150805.pdf>. En ce qui concerne une critique du partage obligatoire dans le domaine de l'électricité, voir Robert Michaels, « Vertical Integration and the Restructuring of the U.S. Electricity Industry », Policy Analysis, 13 juillet 2006, Cato Institute, disponible à : <http://www.cato.org/pubs/pas/pa572.pdf>. Alors que la libre concurrence repose sur le strict respect des droits de propriété, de telles interventions anti-trust leur portent atteinte débouchant *de facto* sur une « nationalisation » des actifs soumis au partage obligatoire, avec pour conséquence de diminuer les incitations à investir dans leur maintien ou modernisation.

4. Voir Philippe Simmonot, *L'erreur économique*, éditions Denoël, Paris, 2004, p. 225.

5. Voir la Décision n° 99-D-45 du 30 juin 1999 relative à des pratiques constatées dans le secteur du jouet, Conseil de la concurrence, 11 décembre 1999, disponible à : <http://www.conseil-concurrence.fr/pdf/avis/99d45.pdf>.

6. En présence de telles barrières à l'entrée et donc d'un marché entravé, c'est leur suppression qui est logiquement la solution pour restaurer la libre concurrence. L'imposition par les autorités anti-trust de contrôles de prix, de pénalités et de sanctions aux entreprises ne règle pas ce manque de concurrence, mais au contraire rajoute de nouvelles couches de réglementation contraires à celle-là.

Dans certains secteurs – comme ceux reposant sur l'existence de réseaux (transport ferroviaire ou aérien, électricité ou télécommunications), ou comme ceux où l'innovation joue un rôle important (high-tech) – il peut, en effet, y avoir une entreprise qui, en étant la plus efficace et la plus innovante, deviendrait naturellement le fournisseur préféré ou unique de tous les consommateurs. Il n'y a aucune raison valable d'exclure une telle possibilité.

Les autorités anti-trust en cherchant systématiquement à pénaliser de telles entreprises dès qu'elles sont jugées « dominantes » ou seules dans leur niche, finissent donc par nuire directement à la satisfaction des consommateurs. Elles empêchent, en effet, ces derniers de profiter de l'existence d'économies d'échelle, de prix plus bas et de meilleures offres pour certains biens ou services.

### **Le producteur unique reste soumis à la concurrence**

Mais si une entreprise se retrouve seule dans une niche et n'a plus de concurrents, cela ne signifie-t-il pas que la concurrence est absente ? Les autorités anti-trust ne doivent-elles pas intervenir pour la restaurer ?

En dépit des apparences, un tel raisonnement est incorrect.

D'une part, il ignore que lorsque des concurrents doivent abandonner un secteur, leurs facteurs de production (main-d'oeuvre, immeubles, machines, équipements, matières premières, etc.), soit sont convertis et transférés vers la production d'autres biens et services satisfaisant ainsi d'autres besoins plus urgents des consommateurs, soit restent, en partie, inutilisés. Si jamais l'unique producteur décide de réduire la production, d'augmenter les prix et ses marges de profits sans justification économique, toutes ces ressources peuvent à nouveau y être reconverties et réutilisées de façon à bénéficier des opportunités que l'unique producteur a créées par son comportement.

La situation d'un producteur unique n'est par ailleurs jamais immuable : l'évolution technologique ou un changement dans les préférences des consommateurs peuvent justifier l'apparition de nouveaux concurrents. Ceux-ci n'hésiteront pas alors à entrer sur le marché pour mieux satisfaire la clientèle et réaliser un profit. Si une entreprise se retrouve seule dans un créneau, sa position peut donc être contestée à tout moment tant qu'elle ne bénéficie pas de protection légale.

Même si dans une niche du marché il n'y a pas

de concurrents directs à l'entreprise déjà en place, la pression de la concurrence est toujours là. Elle peut se manifester non seulement par l'apparition de nouvelles entreprises dans le créneau où l'opportunité de profit est apparue, mais venir aussi d'entreprises actives dans d'autres secteurs de l'économie.

Par exemple, en ce qui concerne les services de téléphonie – où des monopoles téléphoniques ont longtemps été protégés par les pouvoirs publics – des câblodistributeurs, des opérateurs mobiles ou ceux assurant la distribution de l'électricité sont en mesure, avec la levée de l'interdiction d'entrer, de devenir des fournisseurs concurrents de téléphonie et de télécommunications.

En intervenant pour faire augmenter artificiellement la production et baisser les prix dans une niche du marché, les autorités anti-trust éliminent l'opportunité de profit et empêchent au contraire l'émergence de ces nouveaux concurrents. Elles privent par la même occasion les consommateurs de profiter à terme d'un choix et d'une offre plus importants et diversifiés.

### **Les consommateurs sont-ils pénalisés si l'entreprise unique baisse sa production et augmente ses prix ?**

Une telle situation serait une preuve irréfutable des défaillances de la libre concurrence. Ne serait-il pas justifié de penser – au moins quand aucun concurrent n'entre et quand les prix restent plus élevés que ce qu'ils n'avaient été – que les consommateurs sont lésés et que les instances anti-trust doivent intervenir pour les protéger ?

Il est en réalité impossible de prétendre qu'un tel comportement de la part d'un fournisseur unique sur le marché libre porte préjudice aux consommateurs. Certes, pour le produit en question, la production est moindre et les prix plus élevés : les consommateurs semblent pénalisés, du moins en ce qui concerne ce bien ou service en particulier. C'est la conséquence directe et visible.

Mais ce qu'un tel raisonnement oublie c'est que des ressources ont été libérées par la moindre production du fournisseur unique. Ces ressources – que ce soit des machines, de la main-d'oeuvre, des immeubles ou des matières premières – sont disponibles pour la production d'autres biens ou services ailleurs dans l'économie.

Par conséquent, suite au comportement du producteur unique et à une réorientation des ressources, les conséquences indirectes sur le marché

libre sont plus de ressources et une production plus importante d'autres produits dont les prix sont rendus moins élevés que ce qu'il n'aurait été autrement le cas(7).

Et du point de vue des consommateurs, la production de ces autres biens et la baisse de leurs prix sont plus urgentes que le maintien de prix bas dans la niche spécifique du fournisseur unique. Au lieu d'y rester, les facteurs sont attirés ailleurs. Ainsi, si des concurrents ont du mal à les attirer et ne peuvent pas émerger pour contester le producteur unique, c'est parce que les consommateurs préfèrent que les entreprises ailleurs dans l'économie les gardent à la place et les utilisent pour satisfaire d'autres parmi leurs besoins.

La politique anti-trust ne considère que les effets directs pour les consommateurs dans un secteur isolé. Elle ignore la situation des consommateurs dans les autres filières et secteurs de l'économie et empêche ces derniers de profiter de prix plus bas sur d'autres biens ou services que ceux du fournisseur unique.

## Conclusion

Il peut être parfois économiquement justifié qu'une entreprise reste l'unique fournisseur satisfaisant la totalité de la demande dans une niche du marché. Une telle entreprise n'est pas pour autant exempte de la pression de la concurrence et des exigences des consommateurs.

« Dès qu'une entreprise est présumée "dominante" ou seule dans un créneau, elle peut facilement se retrouver poursuivie par les bureaucraties anti-trust et n'est plus en mesure de proposer les prix ou les rabais qu'elle souhaiterait, ni les contrats qu'elle voudrait passer avec ses clients. »

Si elle « se repose sur ses lauriers » et passe à côté d'innovations majeures capables d'améliorer la qualité du service et/ou de baisser les prix, une opportunité existe alors de mieux servir la clientèle et de réaliser un profit. De nouveaux concurrents – ou des entreprises venant d'autres secteurs de l'économie – ne tarderont pas à les saisir, si des barrières légales ou réglementaires imposées par les pouvoirs publics ne les empêchent pas de le faire.

Les autorités anti-trust oublient que la concurrence ne se mesure pas par le nombre de concurrents, mais bien par l'absence de telles barrières lui permettant de rester vigoureuse même quand il y a une seule entreprise dans une niche du marché.

Au lieu de s'attaquer aux monopoles qui restent légalement protégés et aux obstacles réglementaires qui persistent, les instances anti-trust prennent toute une série de mesures pour mettre fin à des situations de « monopole » ou de « quasi-monopole », présumées incompatibles avec la libre concurrence. Sous prétexte de la rétablir, de telles mesures au contraire l'entravent, protègent des entreprises inefficaces de la pression des producteurs « dominants » et portent en réalité atteinte aux capacités de ces derniers de mieux satisfaire l'ensemble des besoins des consommateurs. Il faut cesser de croire que le fait d'avoir une entreprise « dominante » ou un producteur unique dans un secteur signifie automatiquement que la concurrence est inexistante.



## Institut Economique Molinari

rue Luxembourg, 23 bte 1  
1000 Bruxelles  
Belgique  
Tél. +32 2 506 40 06  
Fax +32 2 506 40 09  
e-mail:  
cecile@institutmolinari.org  
www.institutmolinari.org

L'Institut Economique Molinari est un institut de recherche et d'éducation indépendant et sans but lucratif.

L'Institut s'est fixé comme mission de proposer des solutions alternatives et innovantes favorables à la prospérité de l'ensemble des individus composant la société.

Reproduction autorisée à condition de mentionner la source.

© Institut Economique Molinari

Imprimé en Belgique

Design par LEONard

7. Voir à ce sujet le raisonnement de l'économiste Murray Rothbard qu'il applique à la situation similaire des cartels qui restreignent leur production pour augmenter les prix, dans *Man, Economy and State*, Ludwig von Mises Institute, 1962/2004, p. 636-643, disponible à <http://www.mises.org/rothbard/mespm.PDF>.