

1^{ère} PARTIE

LA CONCURRENCE

ET

LE MARCHÉ

Si la concurrence se définit autour d'un marché, ceci signifie qu'il nous faut au préalable déterminer ce que l'on entend par marché. Le marché a de tout temps suscité l'attention des philosophes, historiens, économistes, ingénieurs-économistes, sociologues, juristes, au point de représenter un véritable enjeu dans l'organisation de nos sociétés. Du point de vue de la théorie économique, le concept de marché occupe une place de choix qu'il convient de préciser.

Tout d'abord, le marché puise sa force dans l'émergence de nouvelles conceptions qui mettent son efficacité au cœur de leur analyse. Le marché désigne à la fois :

- l'endroit physique et spatial où ont lieu les échanges (place, foire, lieu de rassemblement des marchands et de circulation de marchandises). Hume (1752), Smith (1776), Ricardo (1817)... ont longtemps insisté sur la dimension spatiale du marché. Dans le chapitre III de la *Richesse des Nations*, Smith identifie la notion de marché à la faculté d'échanger. La division du travail serait limitée par l'étendue du marché. « *Puisque, c'est la faculté d'échanger qui donne lieu à la division du travail, l'accroissement de cette division doit, par conséquent, toujours être limité par l'étendue de la faculté d'échanger, ou en d'autres termes, par l'étendue du marché* » (1776, [1991 p 85]). Un marché de dimension réduite ne permettra pas à l'individu d'échanger tout le surplus de son produit contre le surplus du produit du travail d'un autre individu. La distance et la facilité des transports (terrestres et maritimes) sont très importantes pour délimiter l'étendue du marché. Si les coûts de transport sont importants, il n'y aura que peu ou pas de commerce entre les parties éloignées du monde (Hume, 1752). Par la suite, Smith (1776) recherchera les lois générales qui déterminent les prix de marché (ceux-ci désignent des rapport d'échanges), qu'il oppose aux prix naturels¹. Le marché, lieu géographique des échanges, devient un *champ de force défini par la concurrence*. C'est sous la condition que celle-ci puisse s'exercer librement que le marché permet aux échangistes de connaître les prix naturels et que la concurrence leur impose d'y conformer leurs transactions (Steiner, 1991).

- un processus historique dans lequel seraient ancrées les relations marchandes (Marx, 1867). Il s'agit en d'autres termes d'étudier les formes prises au cours de l'histoire par ces relations marchandes (Théorie de la Régulation, Boyer, 1986). L'accent est mis ici sur les rapports de production : "*sous ce vocable, on désigne toute forme spécifique des rapports de production et d'échanges, c'est à dire des relations sociales régissant la production et la reproduction des conditions matérielles requises pour la vie des hommes en société*". (Boyer, 1986, p 43). Le marché est appréhendé à partir du mode de production capitaliste. Ce dernier se caractérise par une forme bien précise des rapports d'échanges et de production. En premier lieu, le rapport d'échanges revêt la forme marchande (l'obligation de paiement en monnaie institue dans le même temps contrainte monétaire et sujet marchand). En second lieu, la séparation des producteurs directs de leurs moyens de production et l'obligation dans laquelle ils se trouvent alors de vendre leur force de travail définissent la spécificité des rapports de production capitalistes, ou encore du rapport salarial en général.

- un mécanisme d'échanges basés sur un système de prix. Depuis les travaux de Jevons (1871) et Walras (1874), les recherches des économistes ont privilégié l'articulation marché-modèle. Tout modèle (*mathématique*) dans lequel il y a des relations marchandes (échanges à travers un système de prix) suppose l'existence d'un marché (on utilise ainsi le terme de modèle d'une économie de marché). Le marché de type concurrentiel, et plus précisément le modèle de libre concurrence est présenté comme un marché idéal. L'organisation des échanges est centralisée par une institution, le

¹ Les prix naturels permettent la reproduction de l'activité économique et Smith suppose que la concurrence tendra à les imposer aux échangistes.

commissaire priseur, qui propose des prix². Ces prix étant considérés comme des données, les agents, dissociés en unités de consommation (le consommateur maximise sa fonction d'utilité sous une contrainte budgétaire) et unités de production (le producteur maximise ses profits sous la contrainte d'une fonction de production), manifestent leurs offres et leurs demandes correspondantes. Cette confrontation entre offres et demandes pour un certain système de prix s'effectuera sans qu'aucun échange n'ait eu lieu. Le prix évoluera en fonction de l'excès de l'offre (la demande) sur la demande (l'offre) pour aboutir à un nouveau système de prix. Le processus d'ajustement³ continuera (sans que s'effectue aucun échange) jusqu'à ce qu'il existe un même système de prix pour tous les opérateurs tel que pour chaque bien, l'offre soit égale à la demande, et que les échanges ne puissent s'effectuer en dehors de ce même système de prix. Léon Walras (1874) définit alors l'équilibre d'une économie de marché *"comme la situation où il existe un système unique de prix pour tous les opérateurs, où l'indice de préférence de toute unité de consommation et le revenu net de toute unité de production sont maximaux"*⁴.

- un mécanisme d'échanges basés sur la circulation des surplus. Allais (1943, 1989) avance qu'*"un modèle d'une économie de marchés suppose que les échanges et les opérations de production correspondantes se font à tout instant à des prix spécifiques aux opérations considérées"* (1989, p 334). Une opération d'échanges a lieu si, une fois que cette opération a été effectuée, tous les opérateurs se trouvent dans une situation préférable. Les prix utilisés sont spécifiques à chaque opération d'échanges. Allais ajoutera que *"les prix spécifiques utilisés pour chaque système d'opérations n'apparaissent que comme des paramètres auxiliaires, d'une importance économique relativement mineure, seuls les surplus réalisés ont une importance réelle"* (1989, p 363). Il y a équilibre lorsqu'il n'existe plus aucune possibilité d'échanges qui apparaisse avantageux aux opérateurs concernés, c'est à dire lorsqu'il n'y a plus aucun surplus susceptible d'être réalisé.

- des relations contractuelles (bilatérales ou multilatérales) entre les agents (Brousseau, 1993). Les négociations bilatérales aboutissent à des échanges directs entre les deux parties et à l'établissement de contrats qui les lient durant une période donnée. Le marché peut être conçu comme un vaste et complexe réseau de relations. L'information dont dispose les différentes parties, joue un rôle essentiel, mais les normes, les coutumes, et les habitudes (Ecole des Conventions, 1989, Orléan 1991) sont également très importantes, surtout si les relations marchandes ont lieu de manière répétée, avec une certaine régularité (Lewis, 1969). A cela s'ajoute un cadre institutionnel qui est essentiel à l'établissement des contrats (sans garanties ni sanctions, bon nombre de transactions n'auraient pas lieu).

- une forme d'organisation des échanges. Tout marché est une forme d'organisation (ou institution selon Hayek) des relations entre les agents économiques, dont une des caractéristiques essentielles est que les transactions s'y font sur la base de prix. Toutefois, comme ces transactions entraînent des coûts importants, la question est de savoir quels sont les avantages du marché par rapport aux autres formes d'organisation des échanges (Williamson, 1975, 1979). Les entreprises, constituent l'une de ces organisations (Chandler, 1977). Les échanges de biens et de services ont lieu sans passer par l'intermédiaire d'un prix de marché. Les relations hiérarchiques, d'autorité (Dockès, 1992) et de pouvoir (Perroux, 1982) se substituent aux relations marchandes. Les relations stratégiques (absorption, fusion, filiale, sous-traitance) ont pris la place d'échanges qui se faisaient auparavant sur la base d'un système de prix. Ainsi une question essentielle à propos du marché est celle de sa coexistence avec d'autres formes d'organisation (Williamson, 1996). Si le marché ne

² Les marchés peuvent obéir à d'autres mécanismes que celui de la centralisation (voir Turgot 1766, Hayek, 1931).

³ C'est le fameux tâtonnement de L. Walras.

⁴ Notons qu'il suffit de modifier certaines hypothèses du modèle (information, nombre d'agents, prix...) pour rendre compte de l'hétérogénéité des formes structurelles du marché : modèle du duopole (Cournot, 1838), monopole (Dupuit, 1844), oligopole...

disparaît pas au profit d'une théorie des coûts de transaction ou des stratégies, ceci peut être dû au fait que la diminution des coûts de transaction qui résulte des processus stratégiques (fusion-acquisition), ait pour contrepartie une augmentation des coûts de coordination des diverses activités absorbées, de sorte que le recours au marché trouve toujours une justification.

- une représentation de la concurrence plus ou moins délimitée. La notion de « *marché pertinent* » se situe entre l'analyse économique et le droit de la concurrence (Boutard-Labarde, Bureau, 1993 ; Philippe, 1994). Utile aux juristes pour constater les abus de position dominante, les pratiques discriminatoires ou les processus de fusion-acquisition, cette notion soulève cependant quelques difficultés relatives aux questions de substituabilité, à la différenciation des produits, à la mesure de la concurrence potentielle...

Ensuite, il existe un certain consensus sur les caractéristiques ou grands principes (ce que certains appellent lois) du marché. Les économistes sont généralement amenés à distinguer les conditions d'existence et les conditions d'efficacité du marché. La théorie de la propriété, la théorie des prix (la valeur), la loi de l'offre et la demande et la théorie de la circulation monétaire (la monnaie) constituent les quatre conditions d'existence du marché. La concurrence, l'information, les coûts de transaction et l'organisation déterminent quant à eux les quatre conditions d'efficacité du marché. Les problèmes de perception ou de définition du marché ne peuvent donc être résolus sans avoir au préalable, effectué un état des lieux de ces fondamentaux. Dans ce qui suit, nous insisterons sur le principe de concurrence tout en soulignant que ce dernier est en étroite connexion avec les autres principes du marché.

Enfin, si la concurrence constitue bien un principe clé du marché, on assiste depuis la fin du 19^{ème} siècle et le début du 20^{ème} (travaux de Léon Walras), à une nouvelle approche de la concurrence. Rattachée à l'hypothèse d'un grand nombre d'agents, cette dernière définirait **la structure du marché**, au même titre que le monopole, le duopole (Cournot, 1838) ou l'oligopole. Dans cette perspective, le marché, en tant que lieu de rencontre des offres et des demandes, prend à la fois une dimension microéconomique (comportement de l'agent économique sur le marché : l'entreprise offre un bien, le consommateur le demande) et macroéconomique (il s'agit d'agréger⁵ les comportements microéconomiques). Si les notions de principe et de structure de marché donnent deux dimensions à la concurrence, nous chercherons toutefois à montrer les limites de cette relation. Les économistes tendent de plus en plus intégrer dans leurs modèles des hypothèses tenant compte du statut et du fonctionnement de l'entreprise (entité qui n'est plus uniquement technique, mais également sociale, organisationnelle) ; de l'environnement des entreprises, des stratégies, des comportements internes et externes à l'entreprise. Si ces limites ne remettent pas automatiquement en cause la relation marché-concurrence, elles tendent à introduire d'autres formes d'organisation, d'autres mécanismes de coordination. Nous finirons cette première partie par soulever la question du droit de la concurrence. Si ce dernier tient compte de la vision marchande des économistes, il doit se forger des outils capables d'appréhender la concurrence sous cet angle.

⁵ Cette seconde dimension a fait l'objet d'un traitement à part, les économistes envisageant le cas où la somme des parties étant différente du tout. L'hypothèse du « *No Bridge* » (pas de pont entre microéconomie et macroéconomie) repose en grande partie sur les travaux de K. J Arrow (Prix Nobel de Sciences Economiques en 1972). Ce que l'on a coutume d'appeler le théorème de l'impossibilité de Arrow, se trouve résumé par la question suivante : « est-il possible de définir l'intérêt général à partir de la définition des intérêts individuels ? ». Arrow démontrera que le succès de cette démarche est soumis à des conditions très restrictives et peu réalistes.

Chapitre I

La concurrence, un principe fondamental du marché

PLAN

I. NATURE ET CARACTERISTIQUES DE LA CONCURRENCE

A. La concurrence entre compétition et rivalité

B. La concurrence, entre stimulant et principe de l'ordre général

II. PRINCIPE DE REGULATION DE LA PRODUCTION ET DE L'ECHANGE

A. Le principe de concurrence et les inégalités de production

B. Le principe de concurrence et les oscillations de prix

Chap I : la concurrence est un principe fondamental du marché

Considérée la concurrence sous l'angle d'un principe fondamental du marché, revient à partir d'une organisation économique particulière, le marché et l'économie des échanges. Prônée par la plupart des économistes, la concurrence permet une allocation optimale des ressources, évite les gaspillages et la présence de surprofits (nul ne peut bénéficier longtemps d'une position trop avantageuse).

I. NATURE ET CARACTERISTIQUES DE LA CONCURRENCE

Par analogie, la concurrence est souvent illustrée par une compétition sportive. On précise ainsi que les différentes entreprises établissent des relations de rivalité. La concurrence permet de stimuler l'activité économique et constitue un principe d'ordre général.

A. La concurrence entre compétition et rivalité

Dans le *Dictionnaire d'économie politique* (1854), Charles Coquelin revient sur deux définitions du Bescherelle. Dans son acception générale, le mot concurrence se définit comme « *la prétention réciproque de deux ou de plusieurs personnes à la même charge, à une même dignité, ou à tout autre avantage* » (1873, p. 448). Dans le sens commercial, il s'agit « *d'une rivalité qui s'établit entre les fabricants, les marchands, etc., soit relativement à la qualité de leurs produits, de leurs marchandises, etc., soit relativement au prix, afin de participer aux profits résultant de l'exploitation d'une même branche de commerce ou d'industrie, etc.* » (ibid). Cette dernière définition serait aux yeux de Coquelin, très malheureuse, elle confondrait les conditions de fond et les conditions de forme, le principe avec les circonstances. Dans le commerce, la concurrence est « *la compétition de deux ou de plusieurs individus qui aspirent au même avantage et qui s'efforcent à l'envi de l'obtenir ; seulement, le but poursuivi diffère et à bien des égards aussi les moyens d'y parvenir* » (ibid). Le but poursuivi, c'est la vente des produits qui doit rapporter un bénéfice. Les moyens quant à eux, consistent à faire valoir un bas prix ou une qualité des produits auprès d'une certaine clientèle (acheteurs). Charles Coquelin entend distinguer le sens général et le sens commercial afin de distinguer les principes, les avantages et les inconvénients qui régissent ces deux définitions. Il note ainsi que l'une et l'autre prennent leur source dans la quantité limitée des biens et la quantité illimitée des besoins. Ainsi « *le grand nombre d'acheteurs n'étant jamais aussi grand que celui des produits à vendre, il y a concurrence entre les vendeurs pour obtenir la préférence sur le marché* ». La concurrence a des effets utiles sur l'imperfection de la nature humaine. C'est grâce à la concurrence des vendeurs que « *chacun d'eux s'efforce de contenter au mieux le public, en lui livrant des produits de meilleure qualité ou à meilleur marché* » (p. 449). La concurrence s'oppose directement au monopole, qui ne chercherait guère à améliorer ni les conditions de sa production, ni la qualité de ses produits. Coquelin précise que la concurrence est « *la condition nécessaire pour que l'industrie soit tenue en haleine et que le public soit bien servi* » (ibid). La concurrence entraîne également certains inconvénients. La séduction, la tromperie et la fraude, lesquelles font partie de la nature humaine, sont autant de moyens permettant de tromper l'acheteur sur le prix, la qualité ou la quantité (poids, mesure) des marchandises. Ces inconvénients sont inévitables, toutefois, leur conséquence dépendra **de l'état de la société**. Dans une société prospère, la concurrence est mieux réglée, plus morale et moins âpre. Chacun s'efforce d'obtenir la meilleure part des avantages sociaux. Il en va tout autrement dans le cas d'une société « *tourmentée* ». La question de la concurrence devient une affaire de vie ou de mort, c'est la jungle. Il faut l'emporter sur les autres ou périr. La concurrence devient âpre et cruelle⁶.

⁶ Une métaphore généralement utilisée, consiste à partir de la théorie de l'évolution de Charles Darwin (rappelons pour la petite histoire, que ce dernier lui a donné sa forme définitive après avoir lu les écrits de Thomas Malthus). Cette métaphore peut se réduire à la formule suivante : « *le meilleur élimine tous les autres* », c'est la loi du plus fort.

B. La concurrence, entre stimulant et principe de l'ordre général

Coquelin précisera la tâche de l'économiste, il ne s'agit pas de défendre la concurrence, mais seulement d'en expliquer l'action et les effets dans la sphère commerciale et industrielle. La concurrence est généralement assimilée à un **stimulant de l'activité économique**, un **vecteur de progrès**. Chaque entreprise agit pour son compte personnel et avec une entière indépendance. Tous les industriels, tous les commerçants, stimulés par la concurrence, cherchent à améliorer l'organisation du travail (division du travail, rationalisation), à perfectionner leurs procédés de fabrication et à en inventer de nouveaux. La concurrence se traduit par une compétition, terrain fertile des inventions : « *c'est à qui surpassera les autres par l'abondance et la fécondité de ses innovations* » (p. 450). La concurrence est la cause première de la marche ascendante des sociétés humaines, c'est le véritable mobile du progrès. La concurrence est également le « *principe général de l'ordre* » (p. 451). La concurrence est un régulateur unique et souverain. C'est « *la source première des lois providentielles en vertu desquelles ce monde se dirige et se gouverne* » (ibid). La concurrence introduit l'ordre et la règle dans les relations industrielles et commerciales, si variées, si étendues et si multiples. Le monde industriel, et plus généralement la société civilisée, repose sur **une loi générale**, celle qui consiste à **échanger des produits contre des produits**, des services contre des services. Cette loi introduit une notion importante : **la division du travail**. En vertu de la division du travail, nul ne produit pour lui-même. Chacun travaille pour les autres (processus de spécialisation), apporte ses produits sur le marché, les offre à qui les demande. Dans cet état civilisé, chacun dépend de l'autre. La division du travail fait la force, la richesse et la grandeur des nations (Smith, 1776). Dans le même temps, elle génère des complications sociales (la mise en relation et la coordination des individus...). Seul **un principe supérieur** peut débloquer ces situations : la concurrence qui est « *la lumière, le guide, la providence du monde civilisé* » (Coquelin, 1873, p. 451). L'échange universel et constant pour tous les produits pose la question de la mesure : il faut en effet savoir à quelles conditions l'échange s'effectuera entre deux marchandises. Ce qui revient à se poser la question suivante : qui établira cette mesure ? Les produits, circulant sur les marchés mondiaux, ont à la fois des caractéristiques distinctes, et sont soumis à des conditions de fabrication différentes. Ils n'en doivent pas moins s'échanger contre d'autres produits. Il s'agit donc de formuler une loi d'équivalence, de régler la valeur relative de tous les produits et services qui s'échangent sur un marché. S'appuyant sur l'autorité de Montesquieu, « *C'est la concurrence qui met un juste prix aux marchandises* » (L'esprit des Lois, 1750), Coquelin constate que la concurrence, seule, est en mesure d'accomplir cette fonction. Si la loi de l'offre et la demande est souvent évoquée pour rendre compte de la détermination des prix des marchandises vendues et achetées, elle ne peut se comprendre sans supposer l'action de la concurrence : « *Si l'on fait abstraction de la concurrence, le principe de l'offre et la demande n'a plus de sens ; il cesse de produire des beaux résultats qu'on lui attribue avec raison* » (1873, p. 452).

II. PRINCIPE DE REGULATION DE LA PRODUCTION ET DE L'ECHANGE

Le principe de concurrence peut être également examiné sous l'angle des **inégalités de production** (coût de production ou prix de revient) et des **oscillations du marché** (variation des prix de vente).

A. Le principe de concurrence et les coûts de production

La concurrence peut s'exercer effectivement en amont du marché, sur ce que nous appelons aujourd'hui les facteurs de production. La concurrence rappelle que le prix d'une marchandise correspond à ce qu'elle a coûté à produire, c'est-à-dire les frais de production (qui comprennent les profits nécessaires des producteurs). Ce sont toutes les dépenses occasionnées par la production d'une marchandise. S'il est difficile de déterminer d'une manière infaillible ce qu'a coûté une marchandise, que dire des milliers de produits qui transitent par le marché. **Seule la concurrence constitue un principe sûr et précis. Elle agit de manière à ce qu'un produit ne se vende ni au-**

dessus, ni au-dessous de ce qu'il a réellement coûté. Quand la production d'un objet est réalisée par un certain nombre de producteurs, le prix concurrentiel n'est pas déterminé par le coût de production de chacun, mais par un coût moyen. Les plus habiles parviendront à produire à un coût plus faible que le coût moyen. Tout en vendant au même prix que les autres, ils pourront réaliser un bénéfice (ceci est légitime et juste à la fois). Les moins habiles verront leur coût s'élever au-delà du coût moyen. Ils subiront des pertes.

B. Le principe de concurrence et les oscillations de prix

Sur un marché, les prix varient selon les circonstances et les temps. *C'est l'œuvre de la concurrence que de régler leurs variations.* Déterminer la valeur relative des marchandises est une chose (les produits doivent pouvoir s'échanger) mais il faut encore que les producteurs puissent se porter d'une source de production à l'autre, d'un métier à l'autre (ceci est d'autant plus que la division du travail génère des phénomènes d'interdépendance). Il n'existe aucun pouvoir humain susceptible de prévoir ou de connaître les travaux qu'il convient d'exécuter. Seule la concurrence, puissance qui a déjà réglé la question de la valeur relative des marchandises, peut apporter une solution à ce problème. Différents moyens peuvent ici être identifiés : 1° la concurrence maintient les esprits en éveil (la fortune sourit toujours aux plus habiles) ; 2° la concurrence dirige l'intérêt personnel de chaque homme vers la satisfaction des besoins des autres (l'unique moyen de l'emporter sur ses rivaux, consiste à mieux prévoir, à satisfaire plus promptement et plus précisément les besoins d'autrui). La concurrence permet aux producteurs de satisfaire les différents besoins des consommateurs. Enfin, il convient de s'interroger sur les différentes forces qui parviennent à proportionner les hommes et les capitaux à l'étendue des travaux à réaliser. *Une nouvelle fois, c'est la concurrence qui instruit les individus.* C'est elle qui en diminuant et en augmentant les bénéfices moyens de chaque branche, amènent les capitaux à se déplacer vers les branches les plus attractives, les hommes à se porter vers les travaux qui sont sollicités par les différents besoins... Les besoins de la société ne sont pas toujours les mêmes, ils évoluent quantitativement et qualitativement. Les produits de la branche seront tantôt plus demandés, tantôt moins demandés. Le travail et le capital consacrés à ce genre de production pourront être surabondants ou insuffisants. Il faut donc pour maintenir l'équilibre, ou les augmenter ou les diminuer. La concurrence permettra de déterminer cet équilibre exact (savant dosage entre les ressources disponibles et les besoins à satisfaire) en provoquant les oscillations de prix. Les variations de prix sont des avertissements pour les producteurs. Lorsque les prix s'élèvent, ils suggèrent que la marchandise devient rare et qu'ils doivent se dépêcher d'en produire davantage. Lorsque les prix baissent, le marché est saturé et les producteurs devront réduire l'écoulement de leur marchandise. Il arrive dans certains cas, que les changements de la demande soient brusques et imprévisibles. Durant cet intervalle de temps, les producteurs ne peuvent ajuster leur niveau de production et les prix de vente pourront être déconnectés de leurs prix de revient. Ces accidents seront vite résorbés par la pression du marché qui amènera les producteurs à internaliser ces changements.

La concurrence se manifeste en tout temps. Il est même impossible « *d'établir ou de constater aucune des lois que l'économie politique met en lumière, sans faire intervenir la concurrence* » (1873, p. 455). La concurrence serait le principe régulateur souverain dans la production et la distribution des richesses. C'est elle qui règle le prix des marchandises ; qui détermine le taux des salaires, le taux des profits et la rente foncière ; qui établit enfin le cours des rémunérations et des valeurs de toutes sortes. La concurrence stimule les producteurs et les ordonne (du plus habile au moins habile, du plus fort au moins fort). L'action de la concurrence suppose la liberté (commerciale et industrielle) des hommes. Elle entend par là des conventions volontaires et libres entre les parties cocontractantes (entre celui qui vend et celui qui achète). Elle suppose enfin le recours possible à des tiers quand elle ne peut être satisfaite par les conditions du moment.