

**DIRECTION DES AFFAIRES FINANCIÈRES ET DES ENTREPRISES
COMITÉ DE LA CONCURRENCE**

Méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché – Note de réflexion

- par le Secrétariat -

11 juin 2021

Le présent document a été rédigé par le Secrétariat de l'OCDE en tant que note de référence à l'appui du point 3 de la 135e réunion du Comité de la concurrence qui se tiendra du 9 au 11 juin 2021.

Les opinions exprimées et les arguments avancés dans ce document ne reflètent pas nécessairement le point de vue officiel de l'Organisation ou des gouvernements de ses pays Membres.

D'autres documents consacrés à ce sujet sont disponibles à l'adresse suivante :
<https://www.oecd.org/fr/daf/concurrence/methodologies-to-measure-market-competition.htm>

Pour toute question concernant ce document, veuillez contacter M. Antonio Capobianco.
[M. Antonio Capobianco, courriel : Antonio.CAPOBIANCO@oecd.org].

JT03488804

Table des matières

Méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché	4
1 Introduction	5
2 Deux notions de concurrence	7
2.1 La concurrence vue comme un état statique	7
2.2 La concurrence analysée comme un processus de rivalité	8
3 Indicateurs de concurrence	9
3.1 Indicateurs structurels	9
3.2 Indicateurs de performance	20
3.3 Indicateurs issus d'enquêtes auprès des ménages et des entreprises	28
3.4 Autres indicateurs	31
4 Principaux éléments à prendre en compte dans l'évaluation de la concurrence	34
4.1 La nécessité de faire appel à plusieurs indicateurs	34
4.2 Niveau d'agrégation des données	36
4.3 Nécessité de prendre en compte les aspects dynamiques de la concurrence	37
4.4 L'importance des importations, des exportations et des entreprises multinationales	38
5 L'utilisation des indicateurs de concurrence par les autorités de la concurrence	40
5.1 Respect du droit de la concurrence	40
5.2 Promotion de la concurrence	42
5.3 Évaluation <i>ex post</i> de la politique de la concurrence	46
6 Conclusion	47
Notes	48
Références	53

GRAPHIQUES

Graphique 3.1. Indicateurs de concentration du marché utilisés par l'autorité norvégienne de la concurrence	10
Graphique 3.2. OCDE : nombre total d'immatriculations d'entreprises – variation entre 2019 et 2020	16
Graphique 3.3. OCDE : tendances moyennes des taux d'entrée et de sortie au sein de couples pays-secteur	17
Graphique 3.4. Application de l'indicateur de stabilité de la position par l'autorité de la concurrence du Royaume-Uni	18

Graphique 3.5. Utilisation de la mesure des marges par l'OCDE	21
Graphique 3.6. Utilisation des indicateurs de profit par l'autorité norvégienne de la concurrence	24
Graphique 3.7. Application de la statistique H et de l'indicateur de Boone au secteur de la banque de dépôt au Royaume-Uni	27

TABLEAUX

Tableau 3.1. Synthèse : principaux avantages et inconvénients des indicateurs structurels	19
Tableau 3.2. Caractéristiques de la statistique H et de l'indicateur de Boone	27
Tableau 3.3. Synthèse : principaux avantages et inconvénients des indicateurs de performance	28
Tableau 3.4. Synthèse : principaux avantages et inconvénients des indicateurs issus d'enquêtes auprès des ménages et des entreprises	31
Tableau 5.1. Indicateurs de concurrence utilisés dans des interventions répressives	40

Méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché*

La capacité à mesurer, suivre et comparer de façon fiable l'intensité concurrentielle d'un marché constitue un atout majeur parce qu'elle aide les autorités de la concurrence et autres responsables de l'action publique à prendre des décisions éclairées. Le fait que la concurrence soit une notion complexe, échappant par conséquent à l'observation directe, a motivé au fil des ans l'élaboration de nombreuses méthodes visant à appréhender et mesurer le degré de concurrence sur les marchés. Ces méthodes, diversement complexes et fiables, fournissent des indicateurs souvent utilisés pour mesurer l'intensité de la concurrence.

Pris individuellement, ces indicateurs ne fournissent que peu d'informations, mais ensemble, ils sont un moyen de mieux comprendre la dynamique concurrentielle à l'œuvre. Il convient donc d'utiliser un ensemble d'indicateurs pour analyser l'intensité de la concurrence.

Étant donné les limites imposées par les données et méthodologies, l'analyse de ces indicateurs ne permet en aucun cas de tirer des conclusions définitives sur l'intensité de la concurrence. Elle peut cependant fournir des informations sur lesquelles s'appuyer pour repérer des domaines dans lesquels les autorités de la concurrence pourraient vouloir engager des travaux de recherche supplémentaires et/ou faire preuve d'une vigilance plus grande.

* Ce document a été préparé par Patricia Bascunana-Ambros, actuellement détachée auprès de la Division de la concurrence de l'OCDE. Il a bénéficié des commentaires d'Antonio Capobianco, Sabine Zigelski et Wouter Meester (tous membres de la Division de la concurrence). Il a été rédigé pour servir de note de référence à l'appui de la discussion intitulée « Examen des méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché », à l'ordre du jour de la réunion du Comité de la concurrence de 2021, <https://www.oecd.org/fr/daf/concurrence/methodologies-to-measure-market-competition.htm>

1 Introduction

1. La capacité à mesurer, suivre et comparer de façon fiable l'intensité concurrentielle d'un marché constitue un atout majeur parce qu'elle aide les autorités de la concurrence et autres responsables de l'action publique à prendre des décisions éclairées. C'est un moyen de disposer d'informations utiles pour mettre au point des actions afin d'éliminer les barrières à l'entrée, d'imposer des limites au comportement ou à la stratégie des entreprises ou de prendre d'autres mesures pour accroître la concurrence.

2. Plus précisément, les autorités de la concurrence mesurent la concurrence du marché pour trois raisons : premièrement, pour faire respecter le droit de la concurrence sur les marchés où ont lieu des fusions et où il peut y avoir abus de position dominante (action répressive) ; deuxièmement, pour évaluer si une intervention proconcurrentielle est nécessaire et si cette intervention peut être bénéfique (promotion de la concurrence) ; troisièmement, pour évaluer *a posteriori* l'efficacité de leur action.

3. Or, la mesure de la concurrence n'est pas une tâche aisée. La concurrence est une notion complexe qui n'est pas directement observable, ce qui a motivé la mise au point, au fil des années, de multiples méthodes permettant d'en évaluer l'intensité par l'intermédiaire d'éléments pouvant être observés (ex. : les causes et effets observables du processus concurrentiel). Ces méthodes, qui sont plus ou moins complexes et plus ou moins fiables, fournissent des indicateurs souvent utilisés pour mesurer l'intensité de la concurrence. Ces indicateurs permettent d'obtenir des informations utiles, mais n'en comportent pas moins des limites et doivent donc généralement être interprétés avec prudence.

4. Cette note porte sur les méthodologies utilisables par les autorités de la concurrence pour mesurer la concurrence sur le marché, apportant un éclairage sur la manière dont les indicateurs devraient être interprétés et utilisés. Cette mesure peut certes intéresser d'autres organismes publics parce que la concurrence peut avoir des répercussions sur leurs objectifs, par exemple en matière de politique monétaire, de stabilité financière, de compétitivité internationale, de productivité ou de croissance économique, mais cet aspect n'est pas l'objet de cette note.

5. Pour intéresser un public plus large, il a été décidé de rédiger cette note de manière non technique et en allant droit au but tout en fournissant suffisamment de détails sur les méthodologies employées pour qu'il soit possible d'en tirer des enseignements et des conclusions concernant leur pertinence pour les autorités de la concurrence.

6. La section 2 commence par une description de l'évolution du concept de concurrence en économie et des différentes approches de la mesure de la concurrence qui en ont découlé. La section 3 présente les méthodes les plus couramment utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché dans les études économiques et évalue leurs avantages et inconvénients (conceptuels et pratiques). La section 4 porte sur les principaux éléments à prendre en compte lors du choix/de l'utilisation d'indicateurs empiriques pour évaluer l'intensité de la concurrence qui règne sur un marché. La section 5 analyse l'utilisation de ces indicateurs par les autorités de la concurrence et les difficultés auxquelles elles se heurtent. La section 6 présente une conclusion dont il ressort que :

- Pris individuellement, les indicateurs ne fournissent que peu d'informations, tandis qu'ensemble, ils sont un moyen de mieux comprendre la dynamique concurrentielle à l'œuvre. Il est donc nécessaire d'utiliser un ensemble d'indicateurs pour analyser l'intensité de la concurrence.

- Étant donné les limites imposées par les données et méthodologies, l'analyse de ces indicateurs ne peut (et ne doit) pas être utilisée pour tirer des conclusions définitives sur l'intensité de la concurrence. Par ailleurs, l'analyse reposant sur des indicateurs de l'intensité concurrentielle n'a pas vocation à reproduire (ou à remplacer) celle qu'effectuent les autorités de la concurrence pour exercer les pouvoirs dont elles sont investies par la loi. Elle peut cependant fournir des informations sur lesquelles s'appuyer pour repérer des domaines dans lesquels les autorités de la concurrence pourraient vouloir engager des travaux de recherche supplémentaires et/ou faire preuve d'une vigilance plus grande.
- Les autorités de la concurrence souhaitant enrichir leurs outils de filtrage en utilisant un ensemble d'indicateurs d'intensité de la concurrence pourraient commencer par les marchés définis dans le cadre de leurs interventions. Elles pourraient par la suite s'intéresser à d'autres marchés importants, notamment à mesure que des données au niveau de l'entreprise deviennent disponibles. Elles auraient ainsi une idée plus fiable de la manière dont un marché évolue, ce qui leur permettrait d'identifier ceux où des problèmes peuvent se poser ou au contraire, lorsque les indicateurs révèlent une absence de problèmes dans des marchés bien définis, ceux dans lesquels, contre toute attente, il ne s'en pose pas.

2 Deux notions de concurrence

7. Il est utile de commencer par décrire le concept qu'une méthode doit permettre de mesurer. C'est pourquoi cette section 2 décrit brièvement l'évolution du concept de concurrence en économie et les différentes approches qui en ont découlé en matière de mesure. Elle porte sur les deux principales conceptions de la concurrence : la concurrence vue comme un état statique et la concurrence analysée comme un processus de rivalité¹.

2.1 La concurrence vue comme un état statique

8. La théorie économique conventionnelle envisage la concurrence comme une situation d'équilibre statique. Vue comme un état statique, la concurrence est définie comme la situation d'équilibre elle-même (Cournot, 1938^[1]), plutôt que comme le processus qui tend vers un certain équilibre à long terme . (Cournot, 1938^[1]) Selon cette théorie, la concurrence est un état final statique dans lequel les entreprises ne sont pas en mesure d'imposer durablement un prix excessif et de dégager des profits anormaux.

9. Pour obtenir une situation concurrentielle, plusieurs critères doivent être remplis. Il faut que de nombreux concurrents soient présents, que les participants aient une même connaissance des débouchés offerts par le marché, et qu'il soit possible d'entrer librement sur le marché et d'en sortir librement (Cournot, 1938^[1]). Selon cette théorie, l'écart entre le prix et les coûts de production diminue à mesure que le nombre de producteurs augmente. Une situation de concurrence parfaite est une situation inverse d'une situation de monopole. En cas de monopole, il n'y a aucune entreprise rivale et le monopoleur peut extraire des profits anormaux en fixant ses prix à un niveau aussi élevé que ce que peuvent supporter les consommateurs (c'est-à-dire aussi élevé que ce que permet l'élasticité de la demande).

10. Cette conception statique de la concurrence a ensuite servi de base à la définition du paradigme structure-comportement-performance (SCP) (Mason, 1939^[2]) (Bain, 1956^[3]), qui tente d'expliquer le comportement et les performances des entreprises à partir des caractéristiques structurelles des marchés dans lesquels elles sont présentes. Ces caractéristiques englobent le nombre d'entreprises (et leur taille absolue et relative), les conditions d'entrée et de sortie et le degré de différenciation des produits. La structure du marché est censée influencer le comportement des entreprises. Les variables caractéristiques de ce comportement englobent les stratégies de fixation des prix et autres formes de décisions stratégiques (ex. : sur la qualité des produits, les dépenses de publicité, etc.) et la collusion. Le comportement, influencé par la structure, influe lui-même sur les performances. Le principal enseignement du paradigme SCP est que plus un secteur est concentré plus il est facile pour les entreprises d'adopter un comportement anticoncurrentiel. Les entreprises qui restent sur le marché peuvent exploiter leur pouvoir de marché pour pratiquer des prix supérieurs aux coûts marginaux et pour dégager des bénéfices supplémentaires aux dépens des consommateurs. C'est pourquoi les travaux empiriques fondés sur le paradigme SCP s'appuient sur des indicateurs empiriques qui évaluent la concentration du marché à partir du nombre d'entreprises et de leur taille relative.

11. Toutefois, ce paradigme et les indicateurs de concentration utilisés présentent des limites conceptuelles majeures. Dans ce paradigme, toute augmentation de la concentration accroît les possibilités de collusion entre entreprises, et conduit donc à des prix et bénéfices plus élevés. D'autres théories remettent en cause ce lien entre structure et comportement. Selon la théorie de la contestabilité

(Baumol, Panzar et Willig, 1982^[4]), un marché concentré peut fort bien être concurrentiel dès lors que les barrières à l'entrée et à la sortie sont faibles. La menace d'entrée peut en effet exercer une pression sur les entreprises en place et préserver le caractère concurrentiel du secteur. D'autres théories montrent que des comportements collusifs peuvent s'installer même en présence d'un grand nombre d'entreprises².

12. Pour éliminer ces faiblesses, l'approche de la nouvelle organisation industrielle empirique (NEIO pour *New Empirical Industrial Organisation*) a élaboré des indicateurs permettant de mesurer le comportement concurrentiel des entreprises au lieu de s'en remettre à des indicateurs de la structure du marché. La première génération d'indicateurs non structurels (ou indicateurs de performance) s'inscrit encore dans le cadre de la théorie des oligopoles et d'une vision statique de la concurrence. Cette conception de la concurrence est cependant remise en question par une autre vision, qui s'attache aux aspects dynamiques de la rivalité concurrentielle.

2.2 La concurrence analysée comme un processus de rivalité

13. Selon une autre conception, la concurrence est un processus complexe de rivalité entre entreprises et non un état statique. C'est donc le comportement des entreprises sur le marché qui est au cœur de la concurrence. Les entreprises participent à un processus concurrentiel dynamique incessant. Celles qui ne sont pas efficaces sont éliminées et remplacées par de nouvelles entrantes, plus efficaces. Un marché est concurrentiel dès lors que les entreprises rivales sont suffisamment menaçantes pour contraindre un acteur en place à s'améliorer (en offrant une qualité supérieure, un prix plus bas, de nouveaux services, plus d'innovation, entre autres) afin de conserver son avantage concurrentiel. Les entreprises moins efficaces que les autres sont sanctionnées par les consommateurs tandis que les acteurs plus efficaces et plus innovants sont récompensés.

14. Cette conception conduit à revoir le rôle du monopole et du pouvoir de marché. Alors que dans un cadre de concurrence parfaite, les entreprises ne sont pas en mesure d'augmenter les prix au-delà des coûts marginaux, lorsque la concurrence est vue comme un processus de rivalité, l'existence de rentes est un aspect normal du processus concurrentiel. Dans un marché où la concurrence est libre, chaque entreprise innove et élabore des stratégies risquées pour acquérir un avantage concurrentiel sur ses concurrentes. Les entreprises qui obtiennent cet avantage transitoire en retirent un pouvoir de monopole statique tant que leurs rivales n'ont pas imité leur innovation ou ne l'ont pas remplacée par une innovation supérieure. Elles obtiennent des profits de monopole temporaires en contrepartie des stratégies risquées qu'elles ont adoptées. Un marché concurrentiel est donc compatible avec la détention d'un pouvoir de marché et l'existence de profits anormaux, au moins pendant un certain laps de temps.

3 Indicateurs de concurrence

15. Ces dernières années, de plus en plus d'études empiriques ont été conduites pour déterminer si la concurrence régresse. En général, leurs auteurs examinent comment des indicateurs de concurrence tels que la concentration, les marges et les profits ont évolué depuis les années 80 dans de multiples secteurs à l'échelle mondiale. Schématiquement, la plupart d'entre eux constatent une hausse de tous les indicateurs. Toutefois, l'interprétation et les conclusions proposées diffèrent grandement d'une étude à l'autre. Certains auteurs avancent qu'une hausse de la concentration, des marges et des profits est synonyme d'efficience plus grande et de supériorité technologique liée à l'innovation (Autor et al., 2020^[5]) (Hsieh et Rossi-Hansberg, 2019^[6]) (Tambe et al., 2020^[7]). D'autres au contraire font valoir qu'une concentration, des marges et des profits plus élevés sont le signe d'un pouvoir de marché plus grand, d'une élévation stratégique des barrières à l'entrée, d'un moindre dynamisme et d'une moindre productivité (Gutiérrez et Philippon, 2018^[8]) (Grullon, Larkin et Michaely, 2019^[9]) (De Loecker et Eeckhout, 2018^[10]) (De Loecker, Eeckhout et Unger, 2020^[11]) (Calvino et al., 2018^[12]).

16. Cette section tente d'éclairer le débat sur l'interprétation et l'utilisation qui doivent être faites des indicateurs en décrivant les indicateurs de concurrence les plus couramment utilisés et en présentant leurs avantages et leurs inconvénients (conceptuels et pratiques). Les différents indicateurs examinés sont regroupés en fonction de la dimension de la concurrence qu'ils visent à mesurer (structure du marché, performance du marché et autres dimensions). L'objectif est, non pas d'établir un catalogue exhaustif, mais d'examiner suffisamment d'indicateurs pour permettre un débat sur les principaux aspects que les autorités de la concurrence doivent prendre en compte lorsqu'elles les utilisent pour mesurer l'intensité de la concurrence.

3.1 Indicateurs structurels

17. Les indicateurs structurels sont axés sur différents aspects de la structure d'un marché. Ils sont donc à mettre en rapport avec la conception statique de la concurrence. Sont présentés ici différents types d'indicateurs mesurant la concentration du marché et les conditions d'entrée et de sortie. Des indicateurs structurels dynamiques sont également décrits.

3.1.1 Concentration

18. La concentration, en d'autres termes le plus ou moins grand nombre d'entreprises qui se partagent le marché, est une caractéristique structurelle importante d'un marché. Parmi les indicateurs les plus fréquemment utilisés pour la mesurer figurent les coefficients de concentration et l'indice de Herfindahl-Hirschman (IHH).

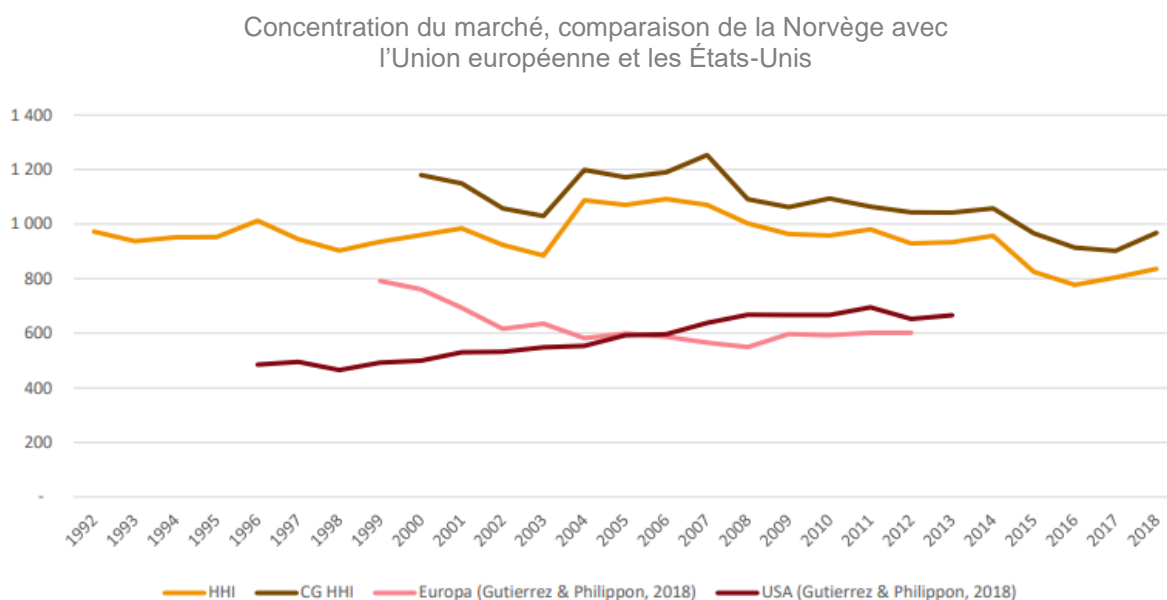
19. La mesure des coefficients de concentration exige des informations sur le nombre d'entreprises et les parts de marché détenues par les plus grandes d'entre elles. Le coefficient de concentration des n entreprises (C_n) mesure la part de marché détenue par les n plus grandes entreprises du marché. Il tend vers zéro lorsqu'un grand nombre d'entreprises de même taille sont présentes sur le marché et il est égal à un si les entreprises incluses dans le calcul détiennent l'ensemble du marché. Le coefficient est souvent calculé pour 3, 5 ou 10 entreprises (C_3 , C_5 ou C_{10}). Toutefois, ne prendre en compte que la part

de marché détenue par les n plus grandes entreprises revient à faire l'impasse sur la manière dont les parts de marché restantes sont distribuées entre les autres entreprises. À titre d'exemple, C5 mesure la part de marché que détiennent, ensemble, les cinq plus grandes entreprises. Il ne fait cependant pas de différence entre un marché dans lequel six entreprises seulement sont présentes et un marché dans lequel une multitude d'entreprises détiennent de petites parts de marché. Pour remédier à cette limite, il est possible de calculer le CR50, lequel ne permet cependant pas de distinguer les marchés détenus à 80 % par les cinq plus grandes entreprises de ceux détenus à 20 % par ces cinq entreprises.

20. L'IHH, attribué à Herfindahl (1950^[13]) et Hirschman (1945^[14]), est l'indicateur le plus utilisé dans les études sur la concurrence pour mesurer la concentration. Son calcul exige plus de données que celui du coefficient de concentration des n plus grandes entreprises parce qu'il nécessite des informations sur la distribution par taille des entreprises (autrement dit sur la part de marché de chaque entreprise). L'IHH résout le problème posé par les coefficients de concentration en additionnant les carrés des parts de marché de toutes les entreprises présentes sur ce marché. Un IHH égal à 10 000 signifie qu'une seule entreprise détient le marché, tandis qu'un IHH proche de zéro indique que de nombreuses entreprises, détenant de petites parts de marché, sont présentes. En additionnant les carrés, l'IHH tient compte de l'importance des grandes entreprises parce qu'il leur attribue un poids plus grand qu'aux autres pour refléter leur taille relative. Contrairement au coefficient de concentration, il ne nécessite pas la fixation d'un seuil arbitraire puisque toutes les entreprises sont incluses.

21. Le graphique 3.1 présente le calcul de l'IHH réalisé par l'autorité norvégienne de la concurrence pour les besoins d'une étude de l'intensité concurrentielle régnant dans l'économie norvégienne (2019^[15]). Il montre l'évolution de la concentration du marché au fil du temps en Norvège comparativement à celle observée dans l'Union européenne et aux États-Unis.

Graphique 3.1. Indicateurs de concentration du marché utilisés par l'autorité norvégienne de la concurrence



* Seuls sont pris en compte les secteurs étudiés par Gutierrez et Philippon (2018)

Note : Le graphique présente, outre l'IHH, l'IHH calculé au niveau du groupe, obtenu en additionnant le chiffre d'affaires des entreprises appartenant au même groupe présentes dans le même secteur.

Source : (Autorité norvégienne chargée de la concurrence, 2019^[15])

22. Les analyses reposant sur les coefficients de concentration traditionnels comme ceux décrits plus haut ne tiennent généralement pas compte de la détention de participations partielles (cas de la participation croisée, dans lequel une entreprise détient une participation dans le capital d'une entreprise concurrente, ou de la participation commune, dans lequel deux entreprises concurrentes détiennent des participations en commun). La participation partielle peut réduire l'intérêt que des entreprises en apparence indépendantes peuvent avoir à se faire concurrence. Dès lors, traiter toutes les entreprises comme des entreprises indépendantes peut conduire à sous-estimer la concentration réelle et éventuellement à surestimer l'intensité de la concurrence (OCDE, 2017^[16]).

23. Ces dernières années, les autorités de la concurrence et les chercheurs se sont intéressés à l'incidence de la participation partielle sur les indicateurs de concurrence (Commission européenne, 2020^[17]) (Fitchner, Heemsskerk et Gracia-Bernardo, 2017^[18]). Les travaux de l'OCDE sur la concentration sectorielle font appel à une nouvelle méthode, qui vise à permettre la prise en considération des liens capitalistiques entre entreprises en regroupant les informations provenant des entreprises individuelles et des groupes de manière à répartir de façon plus fiable la production des grands groupes entre les différents secteurs et différents pays (Bajgar et al., 2019^[19]).

24. Globalement, une intensification de la concurrence induite par une augmentation de l'entrée dans le marché devrait se traduire par une diminution des indicateurs de concentration. Toutefois, utiliser les indicateurs de concentration pour mesurer la concurrence pose un problème : l'adoption d'un comportement plus offensif par les entreprises conduit les acteurs non efficaces à sortir du marché (effet de sélection), ce qui signifie qu'une modification de la concentration du marché peut s'expliquer par une différence d'efficacité plutôt que par une situation concurrentielle (Demsetz, 1973^[20]) (Peltzman, 1977^[21]). Cet exemple montre qu'une augmentation de la concentration ne peut en elle-même pas être considérée comme le signe d'une diminution de l'intensité de la concurrence. De surcroît, une rivalité plus forte entraîne souvent une augmentation des parts de marché détenues par les entreprises efficaces au détriment des entreprises non efficaces. Cette redistribution des parts de marché est aussi de nature à induire une hausse de l'IHH. Là aussi, une évolution des indicateurs de concentration peut être le reflet d'une différence d'efficacité. Il est donc difficile de déterminer ce que reflètent réellement différents niveaux de concentration (et une évolution de ce niveau).

25. Par ailleurs, ces indicateurs se heurtent aussi au problème pratique majeur que constitue la définition du marché pertinent, cette définition pouvant être difficile et pouvant mobiliser beaucoup de temps (OCDE, 2012^[22]). En conséquence, il est fréquent que l'on utilise des indicateurs de concentration sectorielle en guise d'indicateurs indirects.

26. Même si elle est liée à la concentration du marché, à laquelle s'intéressent les autorités de la concurrence, la concentration sectorielle doit en être distinguée. La concentration du marché admet en effet une définition beaucoup plus étroite que ce que reflètent en général les indicateurs de concentration sectorielle. Le fait qu'une grande partie de l'activité d'un secteur soit le fait de quelques grandes entreprises n'est pas nécessairement synonyme de forte concentration des marchés de produits au sein de ce secteur. La concentration sectorielle peut certes être utilisée comme indicateur pour effectuer une première sélection afin de rechercher de potentielles variations de l'intensité de la concurrence, mais elle ne permet en elle-même pas de déterminer si l'intensité concurrentielle d'un marché évolue (cette problématique est examinée de façon plus approfondie dans la section 4.2).

27. De surcroît, les indicateurs de concentration sectorielle ne tiennent en général pas compte de la concurrence exercée par les entreprises étrangères. C'est pourquoi ils sont complétés par le taux de pénétration des importations, étant donné qu'une augmentation de la concentration intérieure peut être en partie compensée par une hausse des importations en provenance de marchés étrangers (Gutiérrez et Philippon, 2017^[23]). Ce ratio renseigne sur la contribution des entreprises étrangères à la concurrence dans un marché intérieur. Il peut être mesuré au niveau des produits et renseigne alors sur la part des importations d'un produit donné dans la consommation (nationale) totale de ce produit. Son augmentation

traduit une intensification de la concurrence exercée sur le marché interne par les entreprises étrangères (cette question est examinée de façon plus approfondie dans la section 4.3).

28. Malgré leurs importantes limites, les indicateurs de concentration continuent d'être amplement utilisés, en particulier lorsque les données disponibles sont peu nombreuses. Il importe cependant d'avoir conscience de ce que concentration et concurrence sont deux concepts qui ne sont pas toujours liés par une relation simple.

3.1.2 Barrières à l'entrée

29. Plusieurs études sont consacrées à d'autres dimensions de la structure de marché, par exemple aux conditions d'entrée et de sortie. Selon la théorie de la contestabilité, toutes les entreprises ont un comportement concurrentiel en l'absence de barrières à l'entrée et à la sortie. Certains indicateurs couramment utilisés pour mesurer ces barrières sont présentés ici³, en particulier les outils de mesure des coûts irrécupérables, des économies d'échelle et des obstacles liés à la réglementation.

Les coûts irrécupérables

30. Les coûts irrécupérables⁴ qu'un nouvel entrant doit engager avant d'entrer sur le marché peuvent empêcher une entrée efficiente et faire ainsi obstacle à des améliorations de la qualité et à des baisses de prix. En présence de coûts irrécupérables, les entreprises n'entrent sur le marché que si elles peuvent pratiquer un prix suffisant pour couvrir ces coûts. Plus ces coûts sont élevés, plus les profits qui doivent être dégagés à l'équilibre avant qu'une nouvelle entrée soit possible doivent être élevés. Les coûts irrécupérables sont difficiles à mesurer. Quelques indicateurs indirects souvent utilisés à cette fin sont présentés ici.

31. Le ratio qui rapporte la publicité aux ventes rend compte du montant qu'un nouvel entrant potentiel doit investir dans la publicité pour pouvoir entrer sur le marché. Il s'agit d'un coût irrécupérable endogène – et plus les tarifs publicitaires sont élevés, plus les barrières à l'entrée sont hautes. Cet indicateur mesure aussi indirectement la différenciation des produits, un budget publicitaire plus élevé étant lié à des niches de marché plus établies. Toutefois, plus de publicité peut également être le signe d'une concurrence intense, ce qui signifie que la forte concentration qui en résulte n'est pas nécessairement synonyme de moindre bien-être du consommateur (Sutton, 1991^[24]).

32. Le ratio qui rapporte les dépenses de R-D aux ventes permet de mesurer la barrière à l'entrée engendrée par un autre type de coût irrécupérable endogène – le niveau de recherche et développement. Sutton (1998^[25]) l'utilise pour tester son approche concernant le lien entre intensité de R-D et concentration des entreprises sur le marché. Il constate que dans les secteurs où l'intensité de R-D est forte, la concentration du marché ne peut pas diminuer en deçà d'un niveau minimal, qui s'élève à mesure que les dépenses de R-D augmentent.

33. L'une des principales limites de cet indicateur réside dans l'insuffisance de données se rapportant à des marchés spécifiques, les données disponibles étant généralement recueillies au niveau de l'entreprise. Or, les dépenses de R-D peuvent être réparties entre plusieurs marchés. De plus, une forte intensité de R-D est compatible avec une concurrence active à la fois pour et dans le marché et peut donc être le signe d'une forte concurrence.

34. Le ratio qui rapporte la valeur comptable brute des actifs amortissables aux ventes a pour but de mesurer les coûts irrécupérables exogènes, c'est-à-dire ceux qui ne sont pas recouvrables à la sortie et dont l'entreprise n'a pas la maîtrise. Ils dépendent des techniques de production (ex. : taille des sites de production, capital circulant nécessaire au démarrage, etc.). Proposé par Sutton (1991^[24]), cet indicateur a été utilisé dans plusieurs études empiriques. Il faut cependant l'employer avec prudence parce qu'il est calculé à partir de données comptables qui servent à mesurer indirectement les coûts économiques, en particulier de valeurs qui impliquent une dépréciation.

Économies d'échelle

35. Les économies d'échelle correspondent à la baisse du coût marginal de production résultant de la production de gros volumes. Toutes choses égales par ailleurs, les entreprises sont plus susceptibles d'entrer sur le marché si elles ont la perspective de réaliser des économies d'échelle approximativement égales à celles dont bénéficient les entreprises en place.

36. Parmi les indicateurs souvent utilisés figure le ratio de désavantage de coût ou CDR (*cost disadvantage ratio*) (Caves, Kahlilzadeh-Shirazi et Porter, 1975^[26]), qui vise à déterminer dans quelle mesure une entreprise est désavantagée du fait qu'elle fonctionne à un niveau inférieur à l'échelle minimale d'efficacité. Les auteurs définissent ce ratio comme la valeur ajoutée par travailleur des sites de production les plus petits représentant 50 % de la production du marché divisée par la valeur ajoutée par travailleur des sites de production les plus grands représentant 50 % de la production. En présence d'économies d'échelle, cet indicateur est inférieur ou égal à un. Plus il est faible, plus les économies d'échelle sont élevées parce que les travailleurs des petits sites produisent moins et ajoutent moins de valeur que ceux des grands sites de production.

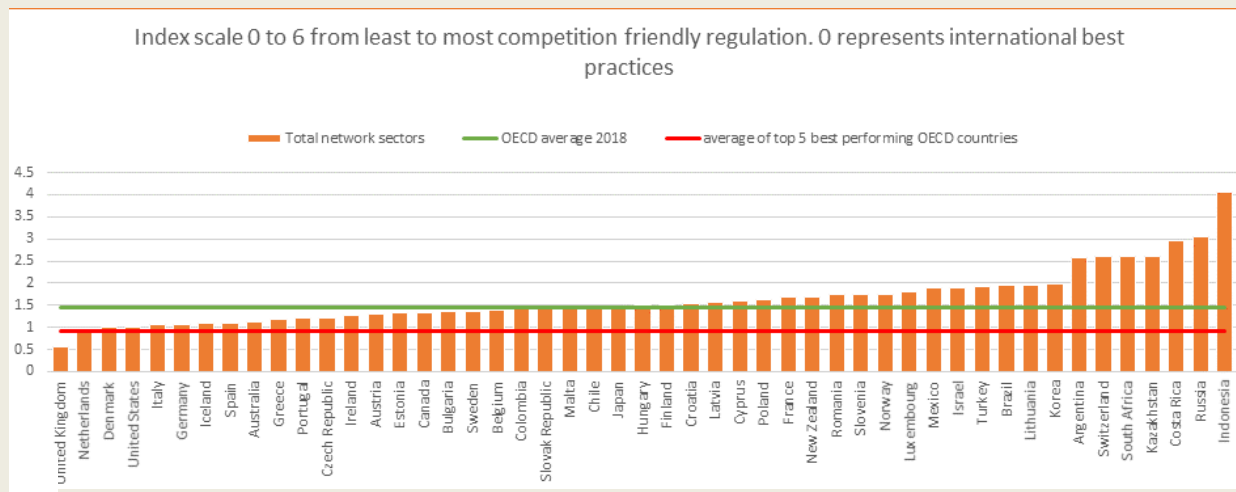
37. L'une de ses limites tient au fait que l'on ne dispose en général pas de données au niveau des sites de production, si bien que les entreprises sont classées sur la base de leur chiffre d'affaires. Or, cet indicateur n'est un bon indicateur indirect du CDR que si les entreprises les plus grandes ont des sites de production qui ont une échelle efficiente. Dans ce cas, la valeur ajoutée par travailleur est égale à celle que peut produire une entreprise d'échelle efficiente. L'autre inconvénient majeur de cet indicateur est que les résultats qu'il produit ne sont pas fiables si la valeur ajoutée des grandes entreprises est négative et celle des petites entreprises positive. Dans un tel scénario, il laisse penser à tort que le secteur n'est pas concurrentiel.

Barrières réglementaires

38. Les barrières réglementaires sont souvent mesurées au moyen des indicateurs de réglementation des marchés de produit (« les indicateurs RMP »)⁵. Depuis 1998, un indicateur RMP pour l'ensemble de l'économie et une série d'indicateurs RMP sectoriels sont calculés tous les cinq ans. L'indicateur calculé pour l'ensemble de l'économie fournit une information quantitative générale sur la situation réglementaire d'un pays dans un ensemble de secteurs pour diverses formes de réglementation, tandis que les indicateurs sectoriels mesurent la réglementation de certaines activités de réseau et de service (notamment énergie, transport aérien et ferroviaire de passagers, transport ferroviaire et routier de marchandises, télécommunications, services spécialisés et distribution). L'indicateur RMP calculé au niveau de l'économie dans son ensemble correspond à la moyenne de deux indicateurs de niveau supérieur, qui rendent compte des deux principaux modes d'encadrement de l'économie : (i) à travers l'intervention de l'État et (ii) à travers les barrières à l'entrée et à l'expansion auxquelles sont confrontées les entreprises nationales et étrangères. Les formes de réglementation englobent, entre autres, les contrôles des prix, les barrières administratives à l'entrée et les obstacles aux échanges et à l'investissement.

39. Les données utilisées proviennent d'une enquête réalisée auprès des pays membres et d'autres bases de données de l'OCDE (Vitale, Moiso et Wanner, 2020^[27]). Ces indicateurs ne permettent toutefois pas de savoir si la réglementation est, ou non, appliquée, ce qui constitue l'une de leurs principales limites. L'encadré 3.1 présente les indicateurs RMP sectoriels calculés pour 2018 dans les secteurs de réseau (énergie, transport et communications électroniques) pour les pays de l'OCDE et certaines économies non membres.

Encadré 3.1. Indicateurs sectoriels de RMP de l'OCDE relatifs aux secteurs de réseau



Source : Indicateurs RMP de l'OCDE, <https://www.oecd.org/economy/reform/indicators-of-product-market-regulation/#:~:text=The%20sector%20PMR%20indicators%20measure,professional%20services%2C%20and%20retail%20distribution.>

40. L'indice de restrictivité des échanges de services (IRES) est un autre indicateur de l'OCDE mesurant les barrières réglementaires aux échanges⁶. Les obstacles aux échanges mondiaux peuvent avoir, entre autres répercussions économiques, des effets négatifs sur la concurrence dans le cas où les pays adoptent des politiques commerciales et des règles dans certains secteurs en se préoccupant peu de leurs effets.

41. L'IRES mesure les obstacles aux échanges de services dans 22 secteurs⁷ dans de nombreux pays, dont tous les pays membres de l'OCDE. Il mesure les restrictions au principe de la nation la plus favorisée (NPF)⁸ et ne tient pas compte de dispositions spécifiques comme celles contenues dans les accords commerciaux régionaux ou les accords de reconnaissance mutuelle. Le système de notation et de pondération est appliqué à la base de données IRES, qui contient des informations factuelles sur la législation et la réglementation.

42. Cinq dimensions sont mesurées dans tous les secteurs : restrictions à l'entrée étrangère, restrictions à la libre circulation des personnes, autres mesures discriminatoires, obstacles à la concurrence et transparence réglementaire (Grosso et al., 2015^[28]). La principale limite de cet outil réside dans le fait qu'il ne rend pas compte de l'application de la législation et de la réglementation.

43. Autre indicateur : le score et le classement *Doing Business* de la Banque mondiale⁹, qui mesure pour 190 économies les dimensions de la réglementation qui touchent les petites entreprises nationales implantées dans la capitale économique du pays. Il couvre 12 dimensions de la réglementation des entreprises, dont dix¹⁰ sont pris en compte pour le calcul du score et pour l'établissement du classement de la facilité de faire des affaires. Le classement compare les économies les unes avec les autres, tandis que les scores évaluent les pratiques des économies en matière de réglementation pour chaque indicateur de *Doing Business*. Un examen de l'évolution du score au fil du temps permet d'évaluer si l'environnement réglementaire dans lequel les entreprises locales mènent leurs activités a changé en termes absolus, tandis que le classement renseigne sur cette évolution relativement à ce qui est observé dans les autres économies.

44. Ces indicateurs sont mis au point au moyen de scénarios types reposant sur des hypothèses spécifiques¹¹. L'implantation de l'entreprise type dans la capitale économique du pays est l'une de ces hypothèses. En réalité, la réglementation visant les entreprises et son application peuvent varier au sein d'un même pays, en particulier dans les États fédéraux et les grandes économies. Une autre des hypothèses sur lesquelles reposent les scénarios est que les chefs d'entreprise connaissent et respectent la réglementation applicable, ce qui n'est pas toujours le cas dans la pratique.

45. Globalement, ces outils de mesure des barrières réglementaires sont conçus pour aider au repérage de domaines méritant des réformes parce qu'ils permettent de comparer les économies et secteurs à ceux qui appliquent la réglementation la plus favorable à la concurrence et d'effectuer des comparaisons dans le temps. Leur principale limite réside dans le fait qu'ils ne tiennent pas compte de la manière dont ces règles sont appliquées en pratique et ne permettent pas de savoir si des interventions ont lieu pour les faire respecter.

3.1.3 Indicateurs structurels dynamiques

46. Pour faciliter l'interprétation des indicateurs structurels statiques, il est important de les associer à des indicateurs dynamiques. En effet, dans un marché qui fonctionne bien, les entreprises en place et les nouvelles entrantes contestent la position d'autres acteurs en place. De surcroît, les entreprises établies qui sortent du marché peuvent être remplacées par les entreprises qui entrent. En conséquence, un marché caractérisé par un fort dynamisme des entreprises peut aussi être très concentré. Les indicateurs dynamiques fournissent donc des informations qui vont au-delà de celles fournies par les indicateurs structurels statiques. Les paragraphes qui suivent décrivent des indicateurs dynamiques couramment utilisés et pour mesurer différentes dimensions du dynamisme.

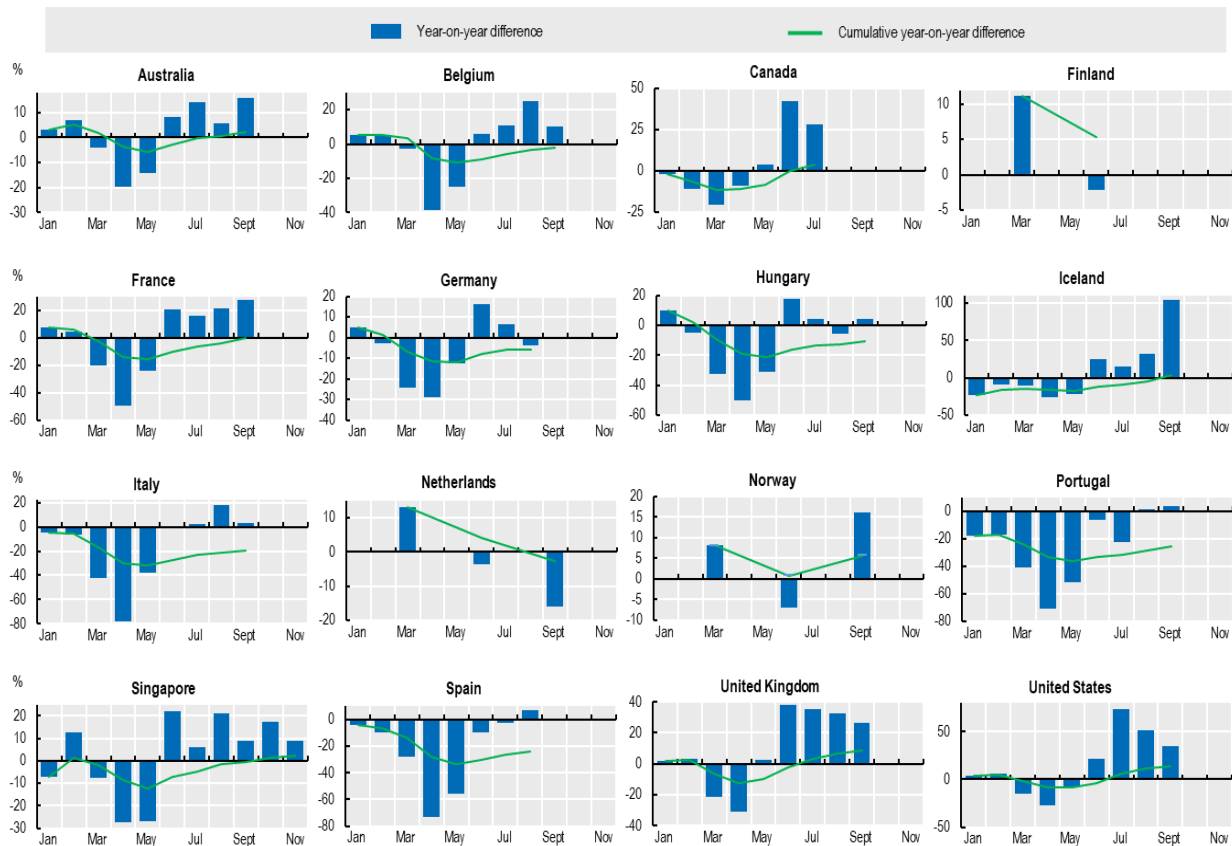
Taux d'entrée et de sortie

47. Plusieurs études sont consacrées à l'entrée et à la sortie des entreprises, par exemple : (Furman et Orszag, 2015^[29]) (Valetti et al., 2017^[30]). Les taux d'entrée et de sortie sont les indicateurs dynamiques les plus souvent utilisés. Le taux d'entrée s'obtient en divisant le nombre d'entreprises entrant sur le marché chaque année par le nombre total d'entreprises en activité au cours de la même année. Le taux de sortie est calculé de la même manière, à ceci près que le chiffre pris en compte est le nombre d'entreprises sortant du marché chaque année. Il rend compte du fait que la concurrence peut attirer de nouvelles entreprises sur le marché et contraindre les producteurs les moins efficaces à en sortir, autrement dit de l'effet de sélection. Du point de vue du phénomène de destruction créatrice défini par Schumpeter, les marchés ne peuvent être innovants et concurrentiels que si les taux d'entrée et de sortie sont élevés. Toutefois, ce concept n'est qu'un reflet partiel de la réalité.

48. Les forces du marché peuvent parfaitement être à l'œuvre en l'absence d'entrées et de sorties, si une rivalité intense oppose les entreprises en place. *A contrario*, des taux élevés d'entrée et de sortie ne sont pas nécessairement synonymes de dynamisme du marché. Ils ne le sont par exemple pas si les nouveaux acteurs ne livrent pas concurrence aux entreprises en place ou lorsque les acteurs qui sortent du marché sont des entreprises entrées récemment plutôt que des acteurs établis. À cela s'ajoute que les taux d'entrée et de sortie ne sont pas nécessairement de bons outils de mesure du dynamisme dans les segments du marché occupés par de grandes entreprises parce qu'il est possible qu'ils ne rendent compte que de l'entrée et de la sortie de petites entreprises. Enfin, si les entreprises sont trop nombreuses à sortir du marché, en particulier en peu de temps, il risque d'en rester trop peu pour que le marché demeure concurrentiel. Il en va particulièrement ainsi lorsque les sorties sont motivées par des facteurs externes tels qu'une crise financière ou, peut-être, la pandémie de Covid-19. Ainsi, certaines autorités de la concurrence, par exemple la CMA au Royaume-Uni, suivent de près le nombre d'entreprises qui ont été créées et qui ont disparu durant la pandémie de Covid-19 (2020^[31]).

49. Le graphique 3.2 illustre les travaux réalisés par l'OCDE sur le dynamisme des entreprises pendant la pandémie. Il met en évidence une baisse générale du nombre d'immatriculations d'entreprises dans plusieurs pays (OCDE, 2021^[32]). Même s'il est encore trop tôt pour savoir quel sera l'impact global de la pandémie, la baisse observée pourrait accentuer une tendance à l'affaiblissement du dynamisme des marchés déjà constatée dans beaucoup de pays de l'OCDE avant qu'elle ne survienne (graphique 3.3) (Calvino, Criscuolo et Verhac, 2020^[33]). En conséquence, suivre les indicateurs dynamiques permet aux autorités de rester vigilantes pour détecter l'apparition éventuelle de problèmes de concurrence.

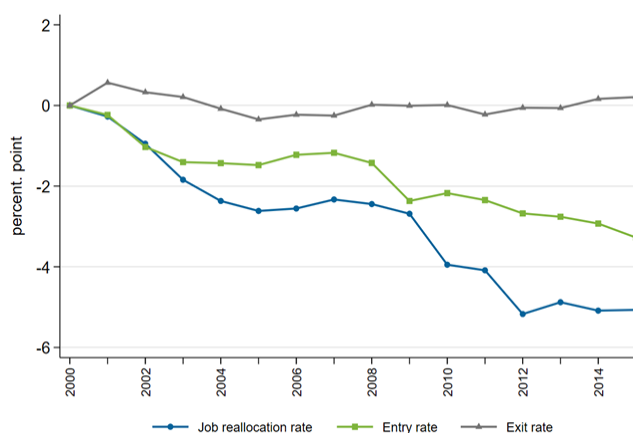
Graphique 3.2. OCDE : nombre total d'immatriculations d'entreprises – variation entre 2019 et 2020



Note : Certaines données sont expérimentales et peuvent être différentes des statistiques officielles.

Source : (OCDE, 2021^[32])

Graphique 3.3. OCDE : tendances moyennes des taux d'entrée et de sortie au sein de couples pays-secteur



Source : (Calvino, Criscuolo et Verhac, 2020_[33])

50. Les taux d'attrition et de survie sont des indicateurs similaires aux taux d'entrée et de sortie. Le taux d'attrition mesure le nombre d'entreprises entrant dans le marché et en sortant par rapport au nombre total d'entreprises qui s'y trouvent. Plus il est élevé, plus il est probable que le marché soit dynamique, que les barrières à l'entrée et à la sortie soient réduites et, par conséquent, moins il est probable que des problèmes de concurrence se posent.

51. Le taux de survie mesure le nombre d'entreprises présentes depuis au moins quatre ans sur le marché par rapport au nombre moyen d'entreprises au cours de ces années. Il peut être un indicateur indirect des barrières à l'entrée et à la sortie. L'absence d'entrées et de sorties (autrement dit un taux de survie égal à un) est révélateur de barrières élevées et d'obstacles à la concurrence. Les taux d'attrition et de survie sont donc, dans une certaine mesure, similaire. Dans un document de travail publié par l'OCDE, McGowan, Andrews et Millot (2017_[34]) analysent le taux de survie des entreprises dans les pays de l'OCDE pour déterminer si les entreprises moins productives sortent du marché comme ce serait en principe le cas dans des marchés concurrentiels.

52. De plus, un taux de survie élevé peut aussi être révélateur d'interactions répétées entre entreprises en ce qui concerne certaines décisions stratégiques, *a fortiori* lorsque les entreprises sont peu nombreuses. Le fait que quelques entreprises seulement soient présentes depuis quatre ans sur le marché peut être le signe d'une éventuelle collusion ou peut à tout le moins laisser penser que les entreprises ont mutuellement connaissance de leurs décisions stratégiques.

Âge moyen des entreprises

53. Autre indicateur dynamique : l'évolution de l'âge moyen des plus grandes entreprises d'une année à l'autre. La taille de l'entreprise est mesurée par le nombre de salariés. Bien que relativement peu utilisé, cet indicateur mérite d'être cité parce qu'il mesure une autre dimension du dynamisme que les taux d'entrée et de sortie. Il est en effet axé sur les petites entreprises, l'idée étant que les entreprises sont probablement de petite taille lorsqu'elles entrent sur le marché et que bon nombre de celles qui en sortent sont probablement petites également. L'indicateur cherche à mesurer ce phénomène à partir de l'évolution de la population des grandes entreprises au fil du temps.

54. En l'absence de dynamisme, il n'est pas constaté d'évolution d'une année à l'autre et l'âge moyen des entreprises augmente d'une année par an. Une augmentation inférieure à un indique que de nouvelles

entreprises sont entrées dans la population des grandes entreprises ou que des entreprises relativement anciennes en sont sorties ou que ces deux phénomènes se sont conjugués.

Volatilité de la part de marché, de la concentration et de la position

55. Différents indicateurs de la volatilité de la concentration, des parts de marché ou de la position peuvent être employés en fonction des données disponibles. Ces indicateurs ont vocation à mesurer la rivalité ou la concurrence en général. En principe, on considère que plus les parts de marché des entreprises sont instables, moins il est probable que des problèmes de concurrence se posent. Les trois indicateurs les plus couramment utilisés sont décrits ci-après.

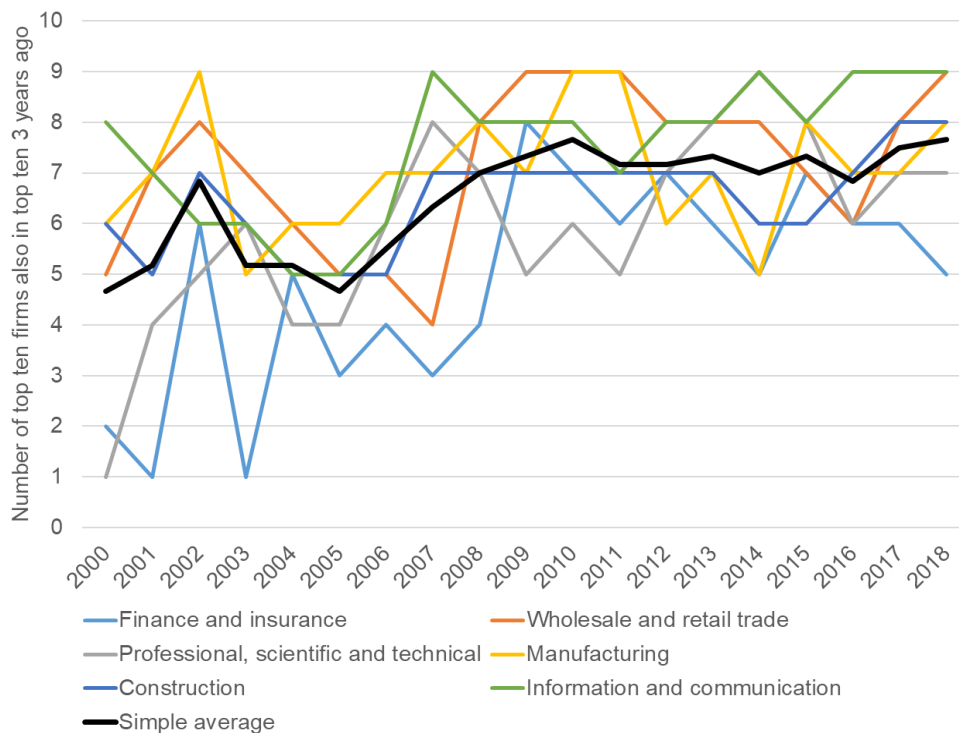
56. La stabilité de la part de marché correspond à la variation en glissement annuel de la part de marché. La moyenne est calculée entre entreprises et années. La variation peut être mesurée en termes absolus ou relatifs¹².

57. La stabilité de la position peut être un indicateur particulièrement intéressant en cas de changement au niveau des entreprises qui se positionnent en tête d'un marché. Il est possible de la mesurer en examinant les cinq ou dix premières entreprises d'un marché en termes de chiffre d'affaires, et en déterminant, pour chaque année, combien d'entre elles figuraient déjà parmi les cinq ou dix premières les trois ou cinq années précédentes.

58. Le graphique 3.4 illustre l'utilisation que l'autorité de la concurrence du Royaume-Uni a faite de cet indicateur dans le cadre d'une étude sur l'état de la concurrence au Royaume-Uni (CMA, 2020^[31]). L'indicateur prend en compte les dix plus grandes entreprises dans chaque secteur de l'économie et détermine combien, parmi elles, figuraient déjà parmi les dix premières trois ans plus tôt.

Graphique 3.4. Application de l'indicateur de stabilité de la position par l'autorité de la concurrence du Royaume-Uni

Stabilité de la position dans les secteurs caractérisés par un chiffre d'affaires élevé



Source : (CMA, 2020^[31])

59. La stabilité de la concentration est un autre indicateur. Il s'analyse à partir du coefficient de variation de l'indicateur de concentration choisi. Il mesure la variabilité et indique dans quelle mesure une variable évolue autour de sa moyenne. Plus précisément, le coefficient de variation est le rapport de l'écart-type à la moyenne. Toutes choses égales par ailleurs, il est d'autant plus faible que l'écart-type est faible.

60. Un coefficient de variation faible est interprété comme le signe de problèmes de concurrence. Cet indicateur présente cependant des limites. À titre d'exemple, il est possible que chacune des parts de marché des trois plus grandes entreprises ait changé au cours de la période considérée, mais que leur part de marché totale soit restée stable. Dès lors, l'indicateur peut signaler des marchés caractérisés par une grande instabilité de la part de marché dissimulée par des coefficients de concentration stables. De plus, la faiblesse du coefficient de variation peut être causée par un coefficient de concentration très élevé. L'indicateur peut donc alors signaler les mêmes marchés que l'analyse des niveaux de concentration.

61. Globalement, même si les indicateurs de concentration ne sont pas sans défauts, ils sont souvent employés. Il ne faut cependant pas oublier qu'ils présentent d'importantes limites et qu'il faut faire appel en complément à des indicateurs structurels dynamiques. Il peut également arriver que l'analyse de différents indicateurs dynamiques aboutisse à des résultats contradictoires. En pareil cas, cette contradiction montre que les indicateurs dynamiques seuls ne permettent pas de savoir si la concurrence s'intensifie ou s'affaiblit. Il peut être nécessaire d'analyser de manière approfondie ce que les outils de mesure dynamiques révèlent au sujet de marchés individuels bien définis.

Tableau 3.1. Synthèse : principaux avantages et inconvénients des indicateurs structurels

	Avantages	Inconvénients
Indicateurs de concentration	Leurs principaux avantages résident dans leur simplicité. Il suffit, pour les calculer, de disposer du chiffre d'affaires de chaque entreprise au sein de marchés relativement bien définis.	<p>Ils mesurent, non pas directement la concurrence, mais la situation structurelle du marché. Or, la concentration est causée par des interactions concurrentielles des entreprises, plutôt qu'elle n'en provoque.</p> <p>La plupart des méthodes employées reposent sur des données recueillies sur la base de nomenclatures types des secteurs d'activité (SIC, NERA, etc.) et même les secteurs correspondant à un niveau de granularité très fin risquent d'être nettement plus vastes qu'un marché de produits, quel qu'il soit. Il est donc difficile d'en tirer directement des conclusions sur la concurrence dans un marché donné.</p> <p>Les données sur le chiffre d'affaires ne sont souvent disponibles qu'au niveau national. Or, les marchés géographiques ne sont pas nécessairement nationaux – ils peuvent être locaux ou internationaux.</p> <p>Les indicateurs de concentration, qui ne tiennent compte que de la production des entreprises nationales, fournissent une vision trompeuse de la structure du marché lorsque les importations représentent une part importante de la consommation intérieure (il en va de même lorsqu'une partie importante de la production nationale est exportée).</p>
Indicateurs dynamiques	Les indicateurs dynamiques tels que les taux d'entrée et de sortie contribuent à l'interprétation des indicateurs de concentration. Ils fournissent une indication sur le dynamisme des entreprises, lequel est associé à une concurrence saine.	Leur principale limite tient au fait que les mécanismes du marché peuvent fort bien être à l'œuvre en l'absence d'entrées sur le marché et/ou lorsque la concurrence entre les entreprises déjà en place est intense.

62. Les paragraphes qui suivent portent sur les indicateurs de concurrence fondés sur le comportement (ou la conduite) des entreprises, qualifiés d'indicateurs de performance (ou d'indicateurs de concurrence non structurels).

3.2 Indicateurs de performance

63. Les limites de l'approche structurelle ont conduit le courant de la NEIO à élaborer des indicateurs non structurels (ou de performance) pour mesurer la concurrence. Ces indicateurs ont pour but de mesurer directement le comportement des entreprises du point de vue de la concurrence. Les plus utilisés sont les marges, les profits, le modèle de Panzar et Rosse et l'indicateur de Boone. Celui-ci est le seul de ces indicateurs à considérer la concurrence comme un processus de rivalité, les autres reposant sur une conception statique de la concurrence même s'ils portent sur la performance et non sur la structure. Tous ces indicateurs sont décrits tour à tour ci-après.

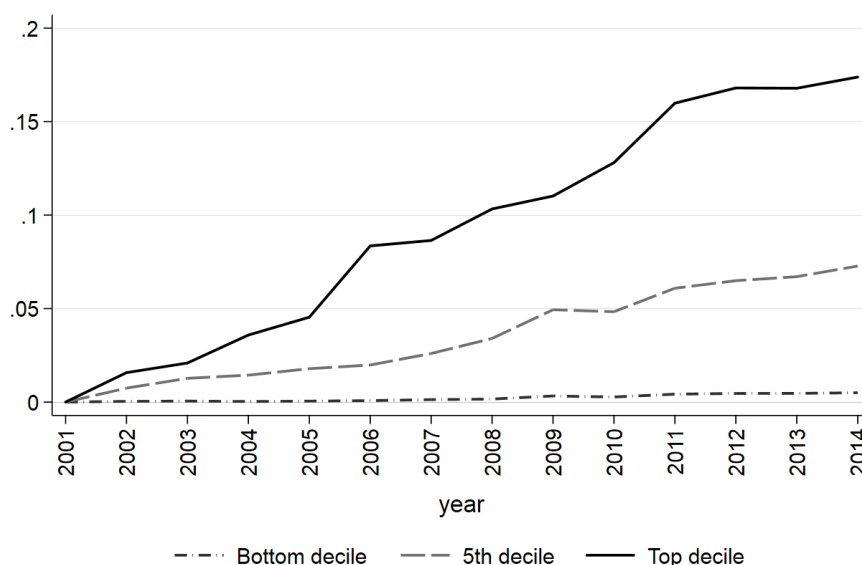
3.2.1 Marges

64. Les marges mesurent la différence entre le prix et le coût marginal (ou une valeur approchée du coût marginal) et sont traitées comme un indicateur du pouvoir de marché. Elles reflètent la capacité d'une entreprise à fixer ses prix à un niveau supérieur à ses coûts marginaux. À mesure que la concurrence augmente, les entreprises sont contraintes de réduire leur marge, ce qu'elles peuvent faire jusqu'à un plancher constitué par le prix de concurrence parfaite, égal aux coûts marginaux. Une hausse des marges traduit une augmentation de l'indice de Lerner¹³, utilisé par les autorités de la concurrence pour évaluer le pouvoir de marché d'une entreprise. Elle constitue donc un outil beaucoup plus fiable que la variation de la concentration pour évaluer si les pressions concurrentielles qui s'exercent sur une entreprise se sont affaiblies.

65. Les marges des entreprises ne sont pas directement observables parce que les données sur les coûts marginaux ne sont pas directement accessibles et doivent être estimées. En conséquence, beaucoup d'études font appel à une autre méthode, proposée par De Loecker et Warzynski (2012^[35]). Cette méthode repose sur l'hypothèse selon laquelle si les entreprises réduisent leurs coûts, il est possible d'estimer leurs marges au moyen d'informations sur le coût d'un intrant en part du chiffre d'affaires (part des intrants dans le chiffre d'affaires) et sur la variation de la production de l'entreprise lorsque la quantité de l'intrant utilisée varie (élasticité de la production)¹⁴. Le graphique 3.5 présente une utilisation de cette méthode par l'OCDE pour analyser les marges à l'ère du numérique. (Callagaris, Criscuolo et Marcolin, 2018^[36])

Graphique 3.5. Utilisation de la mesure des marges par l'OCDE

Logarithme de la croissance de la marge au fil du temps (2001-14) dans différents segments de la distribution



Note : Les marges sont estimées au moyen d'une fonction de production de Cobb-Douglas (Translog). Les marges sont estimées pour 26 pays : Allemagne, Australie, Autriche, Belgique, Bulgarie, République de Corée, Danemark, Espagne, Estonie, États-Unis, France, Finlande, Hongrie, Indonésie, Inde, Irlande, Italie, Japon, Luxembourg, Pays-Bas, Portugal, Roumanie, Royaume-Uni, Slovénie, Suède et Turquie.

Source : (Callagaris, Criscuolo et Marcolin, 2018^[36])

66. Les marges présentent l'intérêt d'être un indicateur direct du pouvoir de marché et peuvent donc fournir des informations précieuses sur l'évolution probable de la concurrence au fil du temps. Elles n'en présentent pas moins des faiblesses théoriques et pratiques. Elles mesurent le pouvoir de marché, mais ne sont pas un outil de mesure de la concurrence, qui peut être différente. En effet, une augmentation au fil du temps du pouvoir de marché moyen n'est pas nécessairement incompatible avec une intensification de la concurrence. Les travaux de recherche montrent qu'il existe des scénarios théoriques dans lesquels les marges augmentent lorsque la concurrence s'intensifie (Stiglitz, 1987^[37]) (Stiglitz, 1989^[38]) (Bullow et Klemperer, 2002^[39]) (Amir, 2010^[40]).

67. Les marges présentent également des limites liées à la fois à l'interprétation des tendances et à la méthodologie et aux données utilisées. Ainsi, leur estimation à partir de données comptables a notamment les inconvénients suivants :

- Le choix de l'intrant retenu pour effectuer l'estimation peut influencer sur le niveau et les évolutions des marges (Díaz, Fan et Villegas-Sánchez, 2019^[41]) (Bond et al., 2020^[42]).
- Cette méthode postule que les marchés d'intrants sont parfaitement concurrentiels et que les entreprises n'ont pas de pouvoir de marché lorsqu'elles achètent des intrants. Si tel n'est pas le cas, la marge est surestimée puisqu'elle rend compte à la fois du pouvoir de marché de l'entreprise sur le marché où elle achète ses intrants et sur celui où elle vend ses produits (Syverson, 2019^[43]).
- L'estimation des élasticités de la production suppose de faire des hypothèses sur la forme de la fonction de production, si bien que les résultats peuvent être sensibles à ces hypothèses (Raval, 2020^[44]) (Bond et al., 2020^[42]).

68. Par ailleurs, les marges observées sont susceptibles de refléter deux éléments. Premièrement, elles peuvent être influencées par la tendance profonde de la structure de coûts des entreprises. Les

études ne parviennent à estimer les marges que sur la base des coûts marginaux à court terme alors que la théorie économique s'appuie sur les coûts marginaux à long terme (il n'y a pas de coûts fixes à long terme). En conséquence, les marges estimées dans les travaux de recherche ne tiennent pas compte de ce que pour rester sur le marché, les entreprises doivent couvrir tous leurs frais à long terme, y compris les coûts fixes à court terme. Il s'ensuit que se fonder exclusivement sur les marges ne permet pas de repérer les situations dans lesquelles une hausse des marges s'explique par une variation de la structure de coûts des entreprises (une hausse des coûts fixes) et non par une diminution de la concurrence.

69. Le deuxième élément a trait à la capacité des entreprises à accroître la différenciation de leurs produits. Lorsque les produits sont plus différenciés, les consommateurs sont généralement moins sensibles aux prix, ce qui permet aux entreprises de dégager des marges plus élevées mais peut, dans le même temps, accroître le surplus du consommateur dès lors que le produit correspond mieux à ses préférences. En pareil cas, une hausse des marges traduit une évolution vers une concurrence davantage fondée sur la qualité et la différenciation et moins fondée sur les prix. Cet élément concerne probablement plus les secteurs qui fabriquent et distribuent des biens de consommation ou encore fournissent des services au consommateur final.

70. Il s'ensuit que des marges plus élevées ne sont pas toujours synonymes de variation des profits. Une augmentation des marges ne va donc pas nécessairement de pair avec une augmentation des profits et s'explique parfois plutôt par une évolution des techniques et/ou une hausse des coûts fixes. C'est pourquoi les paragraphes qui suivent portent sur les outils de mesure des profits.

3.2.2 Profits

71. Dans un marché concurrentiel, les entreprises ne peuvent en principe pas dégager un profit supérieur à celui nécessaire pour justifier la conservation du capital employé (c'est-à-dire supérieur au niveau « normal » de profit). En conséquence, le fait qu'un nombre non négligeable d'entreprises dégagent de manière persistante un profit supérieur à ce niveau peut être le signe de problèmes de concurrence.

72. Lorsque l'on examine cet aspect à l'échelle d'un marché, l'existence de profits très supérieurs au niveau normal peut être un indice de faible intensité concurrentielle sur le marché. Toutefois, des profits supérieurs au niveau normal peuvent s'expliquer par d'autres raisons qu'une faiblesse de la concurrence. Ainsi, il arrive qu'une entreprise dégage plus de bénéfices qu'une autre parce qu'elle est plus efficiente ou parce qu'elle tire parti d'une innovation passée ou d'une prise de risques qui s'est révélée fructueuse. Au niveau du marché, une hausse inattendue de la demande ou une chute des coûts peuvent entraîner une augmentation transitoire du bénéfice, laquelle ne serait pas non plus le signe d'un affaiblissement de la concurrence dans le marché.

73. De même, des profits faibles ne sont pas nécessairement la preuve que la concurrence est suffisante. Les entreprises peuvent fort bien être confrontées soit à une concurrence faible soit à une forte concurrence mais dégager des profits faibles en raison de leur propre manque d'efficience. Pour remédier à cette limite, la plupart des études s'intéressent à la variation des profits au fil du temps plutôt qu'aux profits en valeur absolue (Bessen, 2016^[45]) (De Loecker, Eeckhout et Unger, 2020^[11]) (Furman et Orszag, 2015^[29]).

74. L'évaluation des profits se heurte à plusieurs limites, qui concernent à la fois l'interprétation des tendances et les données employées pour les estimer. La première est liée aux effets conjoncturels et aux chocs macroéconomiques, qui peuvent avoir une incidence sur les profits sans pour autant que cette incidence soit due à des variations de l'intensité de la concurrence. Ainsi, une récession peut se traduire par une baisse immédiate des profits sous l'effet d'une forte chute de la demande, mais aussi, à long terme, par une hausse parce que la sortie d'entreprises s'est traduite par une diminution de la pression

concurrentielle exercée sur celles restées dans le marché. En conséquence, il est nécessaire de se fonder sur une période suffisamment longue pour interpréter l'évolution des profits.

75. La deuxième limite est liée à l'utilisation de données comptables. Les indicateurs de profitabilité ou rentabilité calculables à partir de ce type de données ne sont pas parfaitement en phase avec les principes économiques. À cela s'ajoute que les normes comptables évoluent au fil du temps et que les entreprises immatriculées dans un pays peuvent fort bien exercer une grande partie de leur activité à l'étranger. Il s'ensuit que la rentabilité peut évoluer en raison d'une modification des normes comptables ou de la concurrence qui règne sur les marchés étrangers, plutôt qu'à cause d'une évolution de la concurrence à l'œuvre sur le marché intérieur.

76. Les résultats ne permettent donc pas de tirer des conclusions définitives sur l'intensité de la concurrence. Ils n'en fournissent pas moins des informations utiles, en particulier lorsque les tendances qui s'en dégagent vont dans le même sens que celles observées pour d'autres indicateurs de concurrence.

77. Après cette présentation générale des forces et faiblesses des outils de mesure du profit, les paragraphes qui suivent décrivent de manière plus détaillée certains indicateurs couramment employés pour analyser la concurrence, en particulier le rendement des capitaux engagés (RCE) et différents taux de rentabilité du chiffre d'affaires¹⁵.

78. Le RCE est un indicateur de rentabilité couramment utilisé. Il est révélateur de la capacité d'une entreprise à utiliser ses capitaux pour en dégager des profits. En d'autres termes, il mesure le rendement de la totalité des capitaux employés par l'entreprise et s'obtient en divisant le bénéfice avant intérêts et impôts (EBIT) par le total de l'actif minoré du passif courant. Des marges bénéficiaires (EBIT – le numérateur) faibles et des capitaux investis (actif moins passif courant – le dénominateur) peuvent se traduire par un RCE faible et, inversement, des marges bénéficiaires élevées et des capitaux investis faibles peuvent se traduire par un RCE élevé. La référence à retenir pour évaluer le RCE est le coût moyen pondéré du capital (CMPC), qui repose lui aussi sur le total des capitaux investis dans une entreprise (et est souvent spécifique à un secteur d'activité).

79. Le taux de rentabilité du chiffre d'affaires peut être défini de plusieurs manières. Quelle que soit la définition retenue, le rendement est exprimé en pourcentage du chiffre d'affaires (des ventes) de l'entreprise. On utilise souvent :

- la marge d'exploitation : bénéfice d'exploitation divisé par le chiffre d'affaires total ;
- la marge EBIT : bénéfice avant intérêts et impôts divisé par le chiffre d'affaires total ;
- la marge bénéficiaire nette : bénéfice net divisé par le chiffre d'affaires total.

80. Contrairement au RCE, le taux de rentabilité du chiffre d'affaires ne porte pas sur le rapport entre le bénéfice dégagé et les capitaux employés par l'entreprise. Il constitue une manière d'exprimer les bénéfices, mais il n'a pas de valeur normative. Alors qu'il est possible de considérer qu'un RCE de 1 % est faible et un RCE de 40 % élevé, le taux de rentabilité ne se prête pas à ce type d'interprétation. Dans les secteurs à forte intensité capitalistique, un taux de rentabilité du chiffre d'affaires atteignant 40 % peut être compatible avec un marché concurrentiel. En revanche, dans les secteurs à faible intensité capitalistique, un taux de rentabilité du chiffre d'affaires de 5 % peut être révélateur de profits élevés. En conséquence, cet indicateur ne peut être utilisé pour effectuer des comparaisons de profits que pour des entreprises appartenant au même secteur.

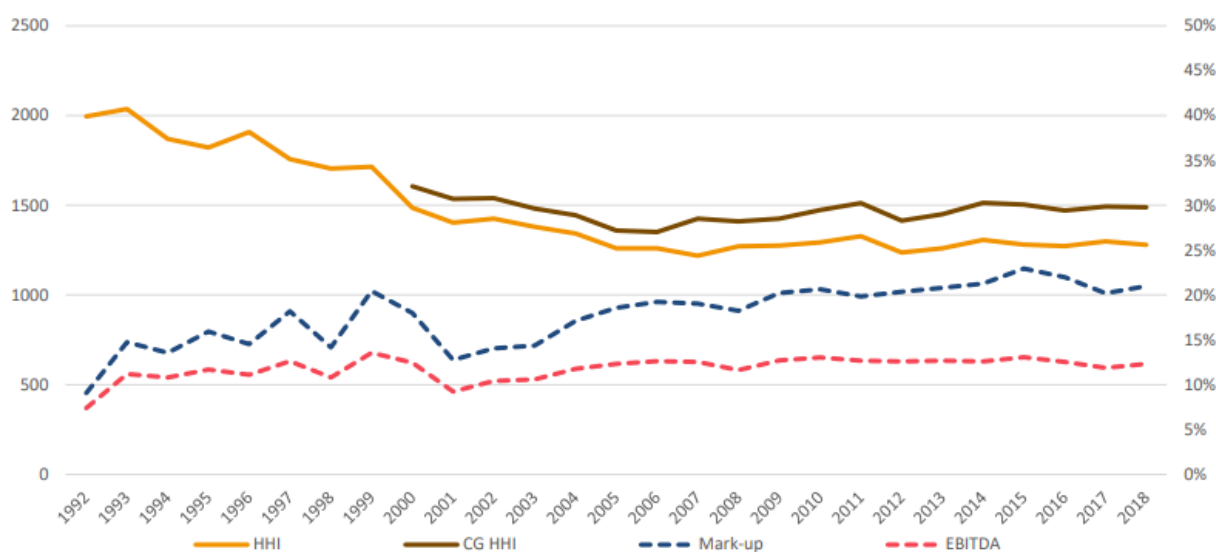
81. De surcroît, même dans un secteur spécifique, des problèmes peuvent se poser. La raison en est que la marge d'exploitation et l'EBIT tiennent compte des coûts du travail mais ne tiennent pas compte du coût des intérêts des capitaux. Si, dans un même secteur, une entreprise s'engage dans un programme d'investissement dans des actifs financé par l'emprunt tandis qu'une autre conserve un modèle économique à forte intensité de main-d'œuvre, l'entreprise à forte intensité capitalistique annoncera une

marge d'exploitation ou une marge EBIT plus élevée même en l'absence de différence au niveau des bénéfices finalement dégagés et de l'intensité de la concurrence.

82. En résumé, même s'ils ne permettent pas de tirer des conclusions définitives sur l'intensité de la concurrence, les indicateurs de profit sont des outils précieux, en particulier lorsque leur évolution va dans le même sens que celle observée pour d'autres indicateurs. Le graphique 3.6 présente un exemple d'utilisation de ces indicateurs par l'autorité norvégienne de la concurrence (2019^[15]). Il présente également les indicateurs de concentration.

Graphique 3.6. Utilisation des indicateurs de profit par l'autorité norvégienne de la concurrence

Concentration et marges en Norvège



Note : Hors secteurs exportateurs.

Source : (Autorité norvégienne chargée de la concurrence, 2019^[15])

3.2.3 Comparaison des performances des entreprises d'un même secteur

83. Cette partie présente des indicateurs qui permettent d'évaluer les performances des entreprises au sein d'un même secteur d'activité, notamment le modèle de Panzar-Rosse (qui repose sur une conception statique de la concurrence) et l'indicateur de Boone (qui repose sur une conception dynamique de la concurrence, vue comme un processus de rivalité).

Modèle de Panzar-Rosse (statistique H)

84. Le modèle de Panzar-Rosse (Rosse et Panzar, 1977^[46]) (Panzar et Rosse, 1982^[47]) (Panzar et Rosse, 1987^[48]), également connu sous le nom de statistique H, rend compte de la transmission des prix des facteurs de production au chiffre d'affaires de l'entreprise. Une transmission faible est considérée comme le signe de l'exercice d'un pouvoir de marché au niveau de la fixation des prix, tandis qu'une transmission plus forte est le signe d'une concurrence plus intense. La statistique H est la somme des élasticités du chiffre d'affaires total des entreprises par rapport au prix des facteurs de production. À noter qu'elle ne peut être interprétée que si un secteur se trouve dans une situation d'équilibre à long terme.

85. Le raisonnement qui sous-tend la statistique H est décrit ci-après. Pour un monopoleur, à l'équilibre, le coût marginal est égal à la recette marginale. Après l'augmentation du prix des facteurs de production, les coûts marginaux augmentent. Pour maintenir l'équilibre entre le coût marginal et la recette

marginale, le monopoleur doit augmenter la recette marginale en réduisant la quantité totale¹⁶. Rosse et Panzar (1977^[46]) montrent que la recette totale diminue sous l'effet de la hausse du prix des facteurs si l'élasticité-prix de la demande est supérieure à un. Intuitivement, une hausse du coût marginal entraîne une baisse de la quantité mais une hausse du prix des produits. Si l'élasticité-prix de la demande dépasse un, le gain tiré de la hausse de prix ne compense pas la perte imputable à la réduction de la quantité.

86. Au contraire, dans un environnement concurrentiel, une hausse du prix des facteurs de production entraîne une hausse de la recette totale. Les fonctions de coût devant être homogènes de degré un par rapport au prix des facteurs, toute augmentation de ces prix entraîne une hausse égale, en pourcentage, des coûts. La recette de l'entreprise connaît la même variation en pourcentage que le coût total et, par conséquent, que le prix des facteurs, de telle manière que le profit soit nul (le coût total est égal à la recette totale). L'ajustement nécessaire au niveau de la quantité totale s'obtient en réduisant le nombre total d'entreprises (équilibre à long terme). Dès lors, dans un marché concurrentiel, une hausse de 1 % des prix des facteurs de production induit une hausse de 1 % de la recette totale.

87. Selon ce cadre théorique, il est possible d'établir l'intensité concurrentielle d'un marché en calculant la somme des élasticité de la recette par rapport à chacun des prix des facteurs de production. Plus la variation des coûts se répercute sur la recette, plus le marché est concurrentiel. En situation de concurrence parfaite, les prix des facteurs et la recette totale connaissent la même variation en pourcentage et la statistique H est égale à un. Elle est aussi égale à un en présence d'un monopole dans un marché contestable (où il est possible d'entrer librement). La statistique H est nulle ou négative en cas de monopole. Une hausse des prix des facteurs induit une baisse de la recette totale sous certaines hypothèses (ex. : une élasticité de la demande supérieure à un). La statistique H n'est pas positive en cas d'équilibre de concurrence monopolistique sans menace d'entrée ou en cas d'oligopole collusif. Elle est comprise entre zéro et un en cas de concurrence monopolistique.

88. Le modèle de Panzar-Rosse est relativement simple et n'est pas exigeant en termes de données. De plus, il ne nécessite pas la définition d'un marché spécifique. Il présente cependant plusieurs limites. La principale concerne l'identification économétrique et l'interprétation de la statistique H. Selon les études théoriques, la statistique H peut être négative dans un marché concurrentiel et positive en situation de monopole. Elle peut être négative même lorsque la concurrence est intense à court terme et qu'un nombre d'entreprises fixe est présent sur le marché (Shaffer, 1983^[49]). (Shaffer et Spierdijk, 2013^[50]) relèvent que dans le cas de coûts moyens constants, la statistique H peut être positive dans un environnement non concurrentiel. De plus, dans le cas d'entreprises caractérisées par une élasticité de la demande constante, une valeur plus élevée de la statistique H n'est pas nécessairement synonyme de moindre pouvoir de marché. (Shaffer, 1983^[49]) (Panzar et Rosse, 1987^[48])

89. L'interprétation de la valeur de la statistique H est donc plus complexe que ce que laisse penser le modèle d'origine. Elle dépend en réalité des hypothèses formulées concernant l'équilibre du marché, l'élasticité de la demande et la fonction de coût. En outre, la statistique H est sensible au pouvoir de monopsonie (les facteurs de production doivent être homogènes et les prix doivent être fixés de manière exogène). Un pouvoir de monopsonie est donc associé à une valeur plus élevée de la statistique H, masquant ainsi un éventuel pouvoir de marché du côté des producteurs (Shaffer, 2004^[51]).

90. Les indicateurs de performance présentés jusqu'à présent reposent sur la théorie classique de l'oligopole. Les marges sont révélatrices du pouvoir de marché en matière de fixation des prix. Le modèle de Panzar et Rosse évalue dans quelle mesure la variation du prix des facteurs de production se répercute sur les recettes. Il présente l'avantage de permettre de distinguer différentes situations (ex. : collusion, concurrence parfaite, concurrence imparfaite (oligopole)). Néanmoins, il ne tient pas compte de la dynamique du marché et des stratégies hors prix. La partie suivante présente l'indicateur de Boone, qui tient compte de cette dynamique.

Indicateur de Boone (indicateur de profit relatif ou élasticité du profit)

91. L'indicateur de Boone (Boone, 2008^[52]) décrit la relation entre les profits d'une entreprise et ses coûts marginaux. Il correspond au pourcentage de variation des profits imputable à une variation de 1 % des coûts marginaux (élasticité des profits par rapport aux coûts marginaux). Il repose principalement sur l'idée qu'une concurrence intense permet aux entreprises efficaces de dégager des profits plus élevés en termes relatifs que ceux de leurs concurrentes moins efficaces. En conséquence, dans un marché très concurrentiel, l'élasticité des profits aux coûts est plus forte¹⁷.

92. L'utilisation de l'élasticité des profits par rapport aux coûts marginaux pour mesurer la concurrence a été proposée par Boone (2008^[52]). L'auteur a observé qu'un accroissement de la concurrence associé à une baisse des coûts d'entrée ou à une intensification de la pression exercée sur les concurrents, par exemple, allait toujours de pair avec un transfert de bénéfices des entreprises les moins efficaces vers les entreprises plus efficaces. Sur cette base, il a proposé un autre outil de mesure de la concurrence, qui présente plusieurs avantages théoriques et empiriques par rapport aux indicateurs conventionnels fondés sur la rentabilité et la concentration. Premièrement, l'indicateur de Boone est monotone en situation de concurrence sous hypothèses d'homogénéité des produits, de symétrie des entreprises (sauf concernant les coûts marginaux), de coûts marginaux constants et de choix simultané et indépendant de la variable stratégique. Néanmoins, en cas de pratique de prix d'éviction, de collusion et d'avantage d'antériorité, ce résultat ne tient pas nécessairement. Deuxièmement, l'indicateur n'impose pas d'observer la totalité des entreprises (le transfert des profits au sein d'un sous-groupe d'entreprises renseigne sur l'ensemble du marché). Troisièmement, il est moins sensible que les marges au cycle économique.

93. Sa principale limite tient au fait qu'il nécessite un outil de mesure de l'efficacité (les coûts marginaux) non observable dans les données, qu'il dépend de la définition du marché pertinent, qu'il est sensible à l'échantillon d'entreprises et aux méthodes d'estimation utilisées ; à cela s'ajoute l'absence de limite supérieure. Seules ces deux dernières faiblesses ne se retrouvent pas aussi dans les indicateurs de concurrence traditionnels (classiques) présentés dans ce document.

94. En outre, l'indicateur de Boone est axé sur une relation importante influencée par la concurrence, mais ne tient pas compte des autres. Les gains d'efficacité ne se traduisent pas toujours, à court terme, par une baisse des prix ou une hausse des bénéfices. Une entreprise peut par exemple investir ces gains (pour développer de nouveaux produits) afin de faire face à la concurrence future. Ces biais risquent davantage de se manifester lorsque l'indicateur de Boone est évalué année par année plutôt que dans des estimations couvrant l'ensemble de la période examinée. À plus long terme, les différences en termes de qualité, de conception et d'innovation sont plus ou moins semblables entre toutes les entreprises. Le modèle de Boone repose sur l'hypothèse selon laquelle l'efficacité est unidimensionnelle et observable. L'utilisation des coûts est certes le moyen le plus simple de mesurer les différences d'efficacité, mais dans les marchés où les fournisseurs offrent des biens hétérogènes, les variations de coûts peuvent tout simplement s'expliquer par des changements de stratégies. Les entreprises peuvent réagir aux pressions concurrentielles en adoptant des stratégies pour faire face à la concurrence (proposer des produits bien conçus, cibler de nouveaux clients) au lieu de diminuer les prix. En pareil cas, il est possible que les entreprises qui proposent les produits les plus demandés dépensent plus au lieu de dégager des bénéfices plus élevés. Le lien entre les coûts marginaux et la performance devient alors positif (Florian, 2015^[53]).

95. Il faut faire preuve de prudence lorsque l'on compare le degré d'élasticité des profits dans différents marchés, parce que cette élasticité reflète non seulement l'intensité de la concurrence, mais aussi des caractéristiques telles que les rendements d'échelle, la qualité des produits, la fidélité à la marque et la réputation de l'entreprise.

96. Le tableau 3.2 résume les caractéristiques de la statistique H et de l'indicateur de Boone, et le graphique 3.7 présente l'utilisation de ces deux indicateurs par la Banque d'Angleterre. (de-Ramon et Straughan, 2016^[54])

Tableau 3.2. Caractéristiques de la statistique H et de l'indicateur de Boone

Indicateur	Intervalle théorique	Valeur en situation de concurrence parfaite	Direction indiquant une intensification de la concurrence	Concept sous-tendant le résultat en concurrence parfaite
Statistique H	0 à 1	1	↑	Les coûts sont intégralement transmis aux recettes
Indicateur de Boone	$-\infty$ à 1	$-\infty$	↓	La production est déplacée vers des entreprises plus efficaces

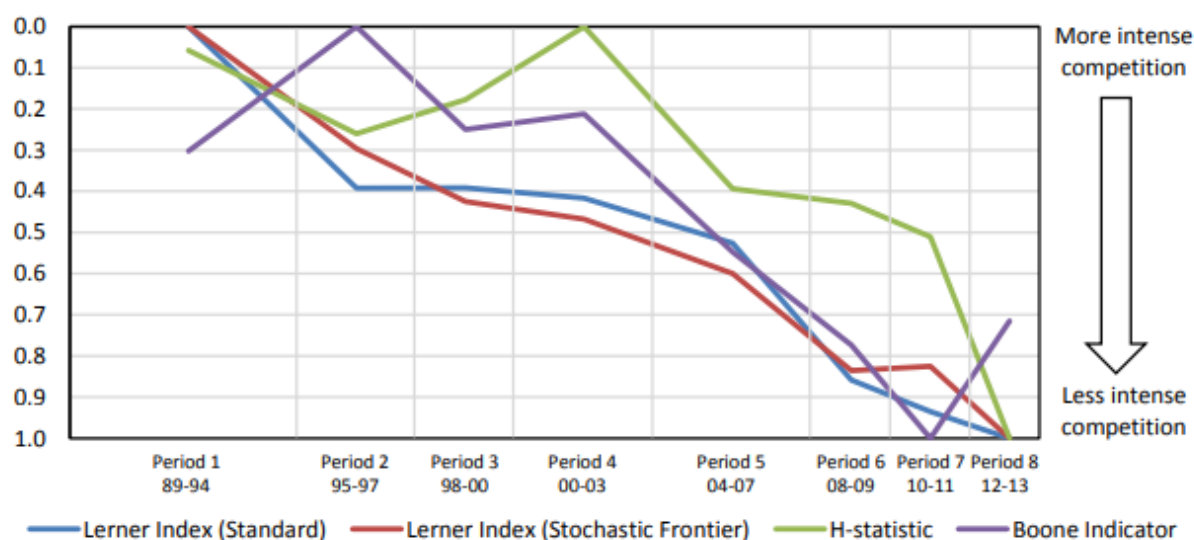
Note :

¹ La statistique H peut prendre une valeur négative en situation de monopole pur, mais pour des raisons pratiques, lors de l'estimation, elle ne peut prendre que des valeurs comprises entre 0 et 1.

² En situation de concurrence parfaite, l'élasticité du profit par rapport aux coûts est négative à l'infini parce que toute hausse des coûts oblige les entreprises à sortir du marché. En pratique, les estimations de l'indicateur de Boone sont négatives, les valeurs approchant de zéro à mesure que la concurrence s'intensifie.

Graphique 3.7. Application de la statistique H et de l'indicateur de Boone au secteur de la banque de dépôt au Royaume-Uni

Indicateurs de concurrence : indice de Lerner, statistique H et indicateur de Boone



Note :

¹ Les périodes découlent du test de stabilité de la statistique H de Panzar-Rosse utilisé pour déterminer les sous-périodes d'équilibre de long terme.

² Les indicateurs sont normalisés de telle manière que, pour chaque indicateur, zéro corresponde à l'intensité concurrentielle la plus forte et un à l'intensité concurrentielle la plus faible.

Source : (de-Ramon et Straughan, 2016^[54])

97. Enfin, les principaux avantages et inconvénients des indicateurs de performance décrits dans cette section sont présentés dans le tableau 3.3.

Tableau 3.3. Synthèse : principaux avantages et inconvénients des indicateurs de performance

	Avantages	Inconvénients
Marges	Mesurent directement le pouvoir de marché.	<p>Une hausse du pouvoir de marché peut être compatible avec une intensification de la concurrence.</p> <p>Ne permettent pas de repérer les situations dans lesquelles une hausse des marges s'explique par une hausse des coûts fixes et non par un affaiblissement de la concurrence.</p> <p>Une hausse des marges peut refléter une évolution vers une forme de concurrence reposant davantage sur la qualité et la différenciation et moins sur les prix.</p>
Profits	La persistance de profits élevés parmi un grand nombre d'entreprises présentes sur un marché peut être le signe d'un problème de concurrence.	<p>Des profits élevés ne sont pas toujours synonymes de faiblesse de la concurrence. Au niveau de l'entreprise, ils peuvent s'expliquer par une efficacité plus grande, tandis qu'au niveau du marché, ils peuvent être dus à des chocs conjoncturels ou macroéconomiques.</p> <p>La faiblesse des profits n'est pas toujours révélatrice de l'existence d'une concurrence saine, étant donné que des entreprises inefficaces peuvent être présentes sur le marché.</p> <p>Les indicateurs de rentabilité calculés au moyen de données comptables ne sont pas parfaitement en phase avec les principes économiques. De plus, les normes comptables peuvent évoluer au fil du temps, et il arrive que les entreprises immatriculées dans un pays mènent une grande partie de leur activité à l'étranger.</p>
Statistique H	<p>Mesure la transmission des prix des facteurs de production au chiffre d'affaires de l'entreprise, étant entendu qu'un degré de transmission plus élevé signifie que la concurrence est plus intense.</p> <p>Ne nécessite pas de définition du marché.</p>	<p>L'interprétation de la statistique H est complexe. Elle dépend des hypothèses retenues concernant l'équilibre du marché, l'élasticité de la demande et des fonctions de coût.</p> <p>Elle est sensible au pouvoir de monopsonne.</p>
Indicateur de Boone	<p>Mesure l'élasticité des profits par rapport aux coûts marginaux.</p> <p>Il a vocation à rendre compte de la dynamique du marché à partir de l'idée selon laquelle une concurrence intense permet aux entreprises efficaces de dégager plus de profits que leurs concurrentes non efficaces.</p> <p>Il est moins sensible au cycle conjoncturel que les marges.</p>	<p>Il est sensible à l'échantillon d'entreprises et aux méthodes d'estimation utilisées.</p> <p>Il est axé sur une relation importante sur laquelle la concurrence exerce une influence, mais ne tient pas compte des autres.</p> <p>L'utilisation des coûts est certes le moyen le plus simple de mesurer les différences d'efficacité, mais dans les marchés où les biens sont hétérogènes, les variations de coûts peuvent tout simplement s'expliquer par des changements de stratégies.</p> <p>Les conclusions sont plus fiables si elles reposent sur le classement des élasticités plutôt que sur le niveau effectif des élasticités.</p>

3.3 Indicateurs issus d'enquêtes auprès des ménages et des entreprises

98. L'évaluation de la perception que les consommateurs et les entreprises ont de la performance des marchés peut fournir des informations indirectes utiles sur le fonctionnement de la concurrence. *In fine*, la concurrence est en effet un moyen d'améliorer la situation des consommateurs. Il serait cependant naïf de partir du principe que les consommateurs (ou les entreprises) sont en mesure de déterminer si ce qu'ils considèrent comme une bonne performance du marché s'explique par une concurrence effective. Leurs perceptions peuvent aussi avoir d'autres causes. Néanmoins, les données d'enquête qui révèlent une perception négative sont souvent le signe qu'il existe un problème au niveau de la concurrence ou de la

protection des consommateurs ou dans ces deux domaines. Elles peuvent donc constituer un bon point de départ pour mener des investigations complémentaires.

99. Les indicateurs construits à partir d'enquêtes présentent cependant des limites importantes. À titre d'exemple, lorsque les consommateurs sont invités à indiquer s'ils ont souvent été amenés à faire une réclamation ou dans quelle mesure ils sont satisfaits d'un fournisseur, ils répondent généralement en pensant à un aspect de la performance du marché. Les réponses sont souvent spécifiques à un contexte donné et font l'objet d'une post-rationalisation, et il arrive que l'échantillon de consommateurs varie au fil du temps. Les autorités de la concurrence font donc habituellement preuve de prudence lorsqu'elles ont à interpréter ce type d'indicateurs et elles préfèrent se concentrer sur des tendances générales.

100. Il ne faut pas oublier que lorsqu'elles analysent la concurrence dans un marché spécifique à travers une étude ou une enquête de marché, elles font généralement réaliser des enquêtes approfondies axées sur les théories du préjudice examinées dans le cadre de leur étude ou enquête de marché. En revanche, lorsqu'elles doivent évaluer l'intensité concurrentielle d'un secteur ou de l'économie, elles peuvent difficilement aller aussi loin. En pareil cas, elles pourraient envisager d'évaluer les perceptions que les consommateurs et les entreprises ont de la concurrence en analysant des données issues d'enquêtes déjà réalisées sur les secteurs et leur évolution dans le temps dans différents pays. Le tableau de bord des marchés de consommation de la Commission européenne¹⁸, décrit dans l'encadré 3.2, est un bon exemple de ce type de données.

Encadré 3.2. Le tableau de bord des marchés de consommation de l'Union européenne

Le tableau de bord des marchés de consommation assure un suivi de la manière dont les consommateurs de l'Union européenne, de l'Islande et de la Norvège évaluent la performance des principaux indicateurs des marchés de biens et de services. La performance des marchés est évaluée à travers les cinq composantes suivantes :

- Comparabilité – est-il facile/difficile de comparer les offres ?
- Confiance – les consommateurs sont-ils convaincus que les distributeurs/fournisseurs respectent la législation sur la protection des consommateurs ?
- Problèmes et préjudice – proportion de consommateurs ayant rencontré des problèmes et ampleur du préjudice (financier, entre autres).
- Attentes – un marché donné répond-il aux attentes des consommateurs ?
- Choix – les consommateurs sont-ils satisfaits du nombre de distributeurs/fournisseurs présents sur le marché ?

L'expérience du consommateur est également évaluée au moyen de questions relatives aux plaintes et aux changements de fournisseurs (sur certains marchés).

Ces cinq composantes sont ensuite analysées et regroupées pour former un indicateur composite (0-100), l'Indicateur de performance des marchés (IPM), qui renseigne sur les performances d'un marché donné. Plus le score est élevé, meilleures sont les performances du marché aux yeux des consommateurs.

Les consommateurs accordent dans une large mesure la même importance à chacune de ces composantes lorsqu'ils sont invités à se prononcer sur ce point pour chaque marché, raison pour laquelle les cinq composantes ont le même poids dans l'indicateur composite. Cette approche permet d'effectuer des comparaisons entre secteurs et dans le temps, ce qui en fait une source d'information précieuse.

Les données employées pour établir le tableau de bord proviennent de l'enquête de suivi des marchés, qui est une enquête sur les expériences et les perceptions des consommateurs quant au fonctionnement des marchés de consommation. Cette enquête est menée auprès de consommateurs ayant récemment acheté des biens ou des services sur les marchés évalués. La plupart des données sur lesquelles repose le tableau de bord sont accessibles à tous.

Source : Tableau de bord des marchés de consommation (2018), <https://op.europa.eu/fr/publication-detail/-/publication/b84d0874-d66f-11e8-9424-01aa75ed71a1> ; EU Market Monitoring Survey data, https://ec.europa.eu/info/policies/consumers/consumer-protection-policy/evidence-based-consumer-policy/consumer-scoreboards_fr

101. Parmi les principaux indicateurs de concurrence issus d'enquêtes auprès des consommateurs figurent :

- le degré de choix ;
- le niveau de comparaison des offres ;
- la fréquence des changements de fournisseur ;
- les plaintes des consommateurs ;
- le degré de satisfaction ou de confiance observé dans un marché ou secteur.

102. Ces indicateurs ne sont cependant pas sans limites. Le choix, par exemple, est généralement considéré comme un effet positif de la concurrence, mais une surabondance de choix peut être source de confusion et empêcher les consommateurs de prendre des décisions. On parle alors « d'embarras du choix », obstacle cognitif auquel se heurte l'individu pour faire un choix lorsque de nombreuses possibilités s'offrent à lui. En conséquence, le fait que les consommateurs aient l'impression d'avoir suffisamment de choix dans un marché donné n'est pas nécessairement une preuve de bon fonctionnement de la concurrence. Néanmoins, un manque de choix perçu constitue un bon point de départ pour effectuer des investigations complémentaires.

103. De même, établir un niveau optimal en ce qui concerne la comparaison des offres et le changement de fournisseur n'est pas tâche aisée, d'autant que ce niveau diffère probablement d'un marché à l'autre. Il devrait en principe être plus élevé dans les marchés où la différenciation des produits est faible et où une discrimination par les prix est possible. Un niveau faible peut aussi indiquer que le consommateur est satisfait du produit et du fournisseur ou qu'il pense que les coûts de recherche et de changement sont élevés. Il faut donc faire preuve de prudence dans l'interprétation.

104. De la même manière, un degré élevé de satisfaction et de confiance peut être le signe d'un bon fonctionnement de la concurrence, mais aussi le signe du contraire. Il en va particulièrement ainsi dans les marchés où il est difficile pour le consommateur d'évaluer la qualité du produit ou service acheté, ce qui est typique des marchés de biens de croyance¹⁹.

105. Les indicateurs issus d'enquêtes auprès des entreprises englobent les barrières à l'expansion, l'innovation et la perception des entreprises quant à la concurrence qui règne sur les marchés où elles sont présentes. Ces indicateurs ont des limites évidentes : ils présentent des biais de sélection, incitent à faire des déclarations erronées et risquent de tenir compte de facteurs sans lien avec la concurrence.

106. Les indicateurs issus d'enquêtes menées auprès des consommateurs ou des entreprises peuvent néanmoins compléter utilement d'autres outils de mesure de l'intensité de la concurrence étudiés dans cette note. Ils permettent d'avoir une vision plus complète de la dynamique concurrentielle à l'œuvre.

Tableau 3.4. Synthèse : principaux avantages et inconvénients des indicateurs issus d'enquêtes auprès des ménages et des entreprises

		Avantages	Inconvénients
Indicateurs d'enquêtes	issus	<p>Fournissent des informations indirectes utiles sur le fonctionnement de la concurrence.</p> <p>Utilisés en complément d'autres indicateurs de concurrence, fournissent une image plus complète de la concurrence.</p>	<p>Les réponses peuvent être spécifiques au contexte, faire l'objet d'une post-rationalisation, pâtir d'un biais de sélection ; les indicateurs peuvent inciter à faire des déclarations erronées et tenir compte de facteurs non liés à la concurrence.</p> <p>Les valeurs exprimées sous la forme d'un niveau peuvent être difficiles à interpréter, si bien que les autorités s'intéressent en général aux grandes tendances.</p>

3.4 Autres indicateurs

107. Différents types d'indicateurs couramment employés dans les études empiriques visant à mesurer l'intensité de la concurrence ont été examinés. Par souci d'exhaustivité, d'autres indicateurs de concurrence utilisés dans certaines études, par exemple le prix, la productivité et l'innovation, sont présentés ci-après. Par ailleurs, divers autres outils de mesure sont également évoqués.

Prix

108. Il est possible d'utiliser les prix pour repérer les secteurs dans lesquels la concurrence est peut-être faible, en partant du principe que la hausse des prix traduit un mauvais fonctionnement de la concurrence. Différentes méthodes peuvent être employées pour étudier les prix : la comparaison internationale des prix, les indicateurs de concentration des prix et l'évolution des prix au niveau sectoriel. Toutefois, chacune de ces méthodes présente des limites qui font que les indicateurs de prix ne sont pas autant utilisables que les autres outils de mesure décrits dans cette note. À titre d'exemple, les comparaisons internationales de prix se heurtent à des problèmes de comparabilité des produits, de fluctuation des taux de change, de fiscalité et de différences de coûts d'un pays à l'autre.

109. Les études de la concentration des prix, qui portent sur le lien entre prix et concentration, doivent tenir compte d'autres facteurs influant sur les prix, par exemple les différences locales de coûts²⁰. En outre, la mise en œuvre d'une analyse de la concentration des prix pose divers problèmes pratiques, tels que le choix de l'indicateur de concentration adapté, l'homogénéité du produit comparé d'une région à l'autre et la question de savoir s'ils faut utiliser les prix ou les marges.

110. Le principal inconvénient de l'analyse de l'évolution sectorielle des prix, par exemple de la croissance annuelle moyenne des prix à la production par secteur, réside dans le fait que cette évolution peut avoir d'autres causes qu'une réduction de l'intensité concurrentielle, par exemple l'augmentation de certains coûts dans un secteur (ex. : réglementation, loyers, énergie) ou encore une amélioration de la qualité du bien vendu.

Productivité

111. Certaines données empiriques établissent un lien entre le caractère concurrentiel des marchés et une plus grande productivité des entreprises par rapport à ce qui est observé sur des marchés non concurrentiels²¹. Cependant, on ne trouve pas des entreprises productives que dans les marchés concurrentiels, des entreprises très efficaces pouvant se rencontrer dans des marchés peu concurrentiels. L'utilisation de la productivité comme outil de mesure de la concurrence n'en présente pas moins un intérêt. Repérer des secteurs dans lesquels la productivité est relativement faible (par rapport à d'autres secteurs ou au même secteur à l'étranger) ne permet pas de conclure que la concurrence est insuffisante, mais montre qu'il est nécessaire de s'intéresser plus avant au secteur en question.

112. L'indicateur de productivité le plus simple est sans doute la productivité du travail. Cet indicateur, qui peut être défini comme la production par travailleur, rend compte de la capacité des entreprises à convertir la main-d'œuvre en valeur à travers les produits vendus. Il peut s'obtenir en divisant la valeur des ventes par le nombre total d'heures travaillées ou la valeur ajoutée par le nombre total d'heures travaillées.

113. Une productivité du travail faible peut être le signe d'un mauvais fonctionnement de la concurrence. Si un secteur a subi un choc, il faut le prendre en compte parce que la productivité diminue temporairement jusqu'à ce que les entreprises sortent du marché ou se redressent. De plus, la valeur élevée des ventes peut s'expliquer par l'efficacité des entreprises, mais aussi par la détention d'un pouvoir de marché par une entreprise. Les indicateurs de productivité ne peuvent pas faire la différence entre ces deux causes. Pour faire la différence, il faut les utiliser avec d'autres indicateurs, par exemple des indicateurs de concentration ou des profits.

114. La productivité totale des facteurs (PTF) est un autre indicateur de productivité. Son objectif est de rendre compte de l'efficacité avec laquelle un secteur d'activité convertit tous les facteurs de production en produits, en calculant l'élasticité de la production au facteur capital ou au facteur travail. Une PTF élevée signifie qu'une entreprise crée beaucoup de valeur à partir de ses facteurs de production. Les données empiriques laissent penser qu'une PTF élevée se rencontre davantage dans les marchés

concurrentiels, dans lesquels les entreprises se battent pour améliorer leur position sur le marché. À l'inverse, une PTF faible peut être un indice de faiblesse de la concurrence dans le marché.

115. Bon nombre des termes entrant dans le calcul de la PTF peuvent cependant être difficiles à mesurer. Nickell (1996^[55]) fournit des indications claires sur les variables nécessaires.

Innovation

116. L'innovation est un important levier de croissance de la productivité. Elle peut conduire à la création de nouveaux produits et rendre la production de produits existants plus efficiente.

117. Pour la mesurer empiriquement, on peut notamment employer le ratio des dépenses de R-D aux ventes, qui est l'indicateur le plus utilisé. L'OCDE²² recueille régulièrement des données sur les dépenses de R-D dans différents secteurs et pays. Bien que ces données soient disponibles à la fois par secteur et par pays, il n'est pas possible de tirer des conclusions fiables sur le fonctionnement de la concurrence en se fondant sur une comparaison de ces dépenses entre secteurs. Par leur nature même, les dépenses de R-D sont très variables selon les secteurs parce que l'innovation revêt plus d'importance dans certains secteurs que dans d'autres. De plus, elles ne sont qu'un des facteurs entrant dans le processus d'innovation – les autres étant, par exemple, la conception des produits, l'analyse de marché, les essais de production, etc. C'est pourquoi beaucoup d'études s'appuient plutôt sur des comparaisons internationales des dépenses de R-D dans un même secteur.

118. Autre indicateur : le nombre de brevets par rapport aux ventes. Il peut être vu comme un indicateur intermédiaire d'innovation. Il est le résultat, entre autres, des dépenses de R-D et peut être considéré comme l'un des produits des activités d'une entreprise en matière d'innovation. Cependant, en pratique, tous les brevets ne sont pas mis en application, ce qui signifie que le nombre de brevets ne peut pas être considéré comme un indicateur des résultats de l'innovation.

119. L'utilisation de données sur les brevets comme outil de mesure de l'innovation se heurte à plusieurs limites. Ainsi, toutes les activités d'innovation n'aboutissent pas au dépôt de brevets, la propension à faire breveter les innovations varie selon les secteurs et tous les brevets n'ont pas la même importance. Ces limites ont des conséquences de taille pour les comparaisons entre secteurs mais en ont moins pour les comparaisons entre pays.

Indicateurs divers

120. D'autres indicateurs, divers, permettent d'évaluer des caractéristiques importantes des marchés. Ils ne sont cependant pas utilisés de manière systématique dans les études pour mesurer l'intensité de la concurrence, sans doute parce qu'il serait en pratique difficile de construire des indicateurs pouvant rendre compte de toutes les caractéristiques du marché dans différents secteurs et se prêter ensuite à une évaluation permettant des investigations plus poussées. Ces indicateurs ont trait à des caractéristiques telles que les contrats multimarchés²³, les capacités disponibles²⁴, le pouvoir d'acheteur²⁵, les marchés d'enchères²⁶, la présence d'entreprises ne respectant pas les règles du jeu²⁷, et l'existence d'associations professionnelles²⁸. Il ne faut pas en déduire pour autant qu'ils ne peuvent pas être utiles pour évaluer certains aspects de la concurrence dans certains marchés.

4 Principaux éléments à prendre en compte dans l'évaluation de la concurrence

121. L'utilisation d'indicateurs de concurrence peut aider à repérer les caractéristiques et évolutions de la concurrence. Compte tenu des limites décrites en matière de données, de méthodes et d'interprétation des indicateurs présentés dans le chapitre précédent, il importe de prendre en compte certains aspects lorsque l'on fait appel à ce type d'indicateurs empiriques pour évaluer l'intensité concurrentielle d'un marché. Cette section repose sur les discussions qui ont récemment eu lieu lors de l'atelier de l'OCDE sur les méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché (2021^[56]).

4.1 La nécessité de faire appel à plusieurs indicateurs

122. Certains préfèrent un indicateur à un autre, mais il n'existe pas de consensus sur l'outil de mesure le plus approprié pour évaluer l'intensité concurrentielle. En outre, les différents indicateurs ne fournissent pas nécessairement les mêmes informations. Le choix de l'indicateur influe donc sur les conclusions tirées au sujet de la concurrence, ce qui signifie que le choix de la méthode suppose un arbitrage. La pertinence des différentes approches dépend des données disponibles, de la conception de la concurrence retenue, et des problèmes de concurrence appréhendés.

123. À titre d'exemple, en 2018, l'OCDE a organisé une discussion sur la concentration des marchés (OCDE, 2018^[57]) au cours de laquelle les outils de mesure de la concentration décrits plus haut ont été examinés. Même si les participants ont reconnu que les autorités de la concurrence mesurent bel et bien la concentration du marché pour réaliser une première évaluation de l'intensité concurrentielle, ils ont souligné que cet indicateur était imparfait et qu'il était utilisé avec prudence. Comme la relation entre structure du marché et intensité de la concurrence est ambiguë, tirer des conclusions sur cette intensité suppose de tenir compte d'autres indicateurs et d'examiner s'ils vont dans le même sens que les indicateurs de concentration.

124. Il ne faut pas oublier que la concurrence qui règne dans un marché peut revêtir différentes formes parce que les entreprises peuvent jouer sur diverses variables stratégiques (ex. : le prix, la qualité du produit, la marque, etc.). Compte tenu de la diversité des mécanismes à l'œuvre, il n'existe pas d'indicateur de concurrence permettant à lui seul de détecter une évolution de l'intensité concurrentielle. L'approche la plus sage consiste donc à faire appel à plusieurs indicateurs différents. Dans l'idéal, il faudrait utiliser un ensemble d'indicateurs couvrant les deux termes des dichotomies suivantes : (Davies, 2021^[58])

- indicateurs structurels ou de performance ;
- indicateurs statiques ou dynamiques ;
- données recueillies au niveau de l'entreprise ou données sectorielles ;
- comparaisons intrasectorielles ou intersectorielles.

125. Pour illustrer la nécessité d'associer plusieurs indicateurs en se basant sur ces quatre dichotomies, l'encadré 4.1 récapitule les indicateurs utilisés par la CMA dans une récente étude sur l'état de la concurrence au Royaume-Uni (CMA, 2020^[31]). La CMA a associé plusieurs indicateurs de concurrence dans le but d'examiner l'évolution probable de la concurrence au fil du temps. Par ailleurs, elle a fait appel à une série d'outils de mesure pour évaluer l'impact probable de la pandémie sur la concurrence, notamment à des statistiques sur la création et la disparition d'entreprises durant la pandémie et à des données d'enquête sur la manière dont les entreprises et les consommateurs ont vécu cette période.

Encadré 4.1. Étude de la CMA sur l'état de la concurrence au Royaume-Uni

Indicateurs de concurrence

En février 2020, le chancelier de l'Échiquier et le secrétaire d'État aux entreprises, à l'énergie et à la stratégie industrielle ont demandé à la CMA d'établir et de publier un rapport sur l'état de la concurrence afin que la collectivité ait une meilleure connaissance de la concurrence et de ses évolutions au sein de l'économie du Royaume-Uni.

Ce travail avait principalement pour objectif de mieux mesurer et comprendre l'état dans le pays. Cet enjeu était jugé important en raison des avantages directs de la concurrence pour chaque consommateur et pour l'économie dans son ensemble. Il semblait encore plus important compte tenu de la nécessité de favoriser la reprise après la pandémie de COVID-19.

La CMA a reconnu qu'il n'existait pas un indicateur unique du degré de concurrence et que l'analyse devait reposer sur un ensemble d'outils de mesure couvrant l'économie du Royaume-Uni, notamment :

- concentration – structure des secteurs et part des plus grandes entreprises dans le chiffre d'affaires du secteur ;
- indicateurs de concurrence dynamique – taux d'entrée et de sortie, stabilité de la position des plus grandes entreprises ;
- profits et marges – niveau des profits réalisés par les entreprises du Royaume-Uni, écarts entre les prix et les coûts et répartition des profits entre les entreprises ;
- persistance des profits et des marges – probabilité que les entreprises dégagant les profits les plus élevés conservent cette position ;
- enquêtes auprès des consommateurs – indicateurs généraux, par exemple de confiance et de satisfaction à l'égard des marchés de consommation ;
- données haute fréquence sur la création et la disparition d'entreprises durant la pandémie ;
- données sur le vécu des consommateurs et des entreprises durant la pandémie.

Globalement, la CMA a constaté une dégradation de tous les indicateurs durant la récession, de 2008 à 2009. Dans la plupart des cas, les indicateurs ne se sont que partiellement redressés depuis et n'ont pas retrouvé leur niveau antérieur. La CMA en déduit que malgré des évolutions positives au cours de la période qui a précédé la pandémie, la vigilance s'impose en matière de protection et de promotion de la concurrence, en particulier dans le contexte économique actuel, qui pourrait conduire à un affaiblissement supplémentaire de la concurrence.

Source : (CMA, 2020^[31])

126. Individuellement, les indicateurs ne fournissent que peu d'informations, mais ensemble, ils peuvent apporter un éclairage utile et offrir une vision plus complète des évolutions de la concurrence.

127. Chacun d'eux comportant des limites, il n'est pas possible (et pas souhaitable) d'en tirer des conclusions définitives sur l'intensité concurrentielle de l'économie ou d'un secteur. Par ailleurs, l'analyse reposant sur ces indicateurs n'a pas vocation à reproduire (ou à remplacer) celle qu'effectuent les autorités de la concurrence pour exercer les pouvoirs dont elles sont investies par la loi.

4.2 Niveau d'agrégation des données

128. L'une des principales difficultés rencontrées pour mesurer la concurrence du marché réside dans le fait que les données disponibles ne se prêtent pas nécessairement à cette mesure. La quasi-totalité des études font appel à des données agrégées à un niveau plus élevé que ce qui serait souhaitable pour évaluer la concurrence, celle-ci ayant lieu sur des marchés pertinents définis à un niveau fin.

129. Ces données relèvent pour l'essentiel de deux catégories. La première consiste en données sectorielles provenant de sources officielles. Ce type de données est utilisé pour définir les secteurs d'activité aux niveaux à quatre, cinq ou, dans le meilleur des cas, six chiffres de nomenclatures comme la NACE/SIC²⁹ ou le SCIAN³⁰. Ainsi, Philipson (2019_[59]) décompose le secteur manufacturier en 360 activités désignées par un code à 6 chiffres du SCIAN ; *the Economist* (2016_[60]) décompose l'activité économique en 893 secteurs désignés par le niveau à 6 chiffres du SCIAN ; la CMA (2020_[31]) utilise des données sur les secteurs à 4 chiffres de la SIC ; enfin, la Direction générale de la concurrence (DG COMP) de la Commission européenne (statistiques sur les concentrations en Europe) ventile les données entre 156 activités de la CITI.

130. En principe, les marchés pertinents au sens du droit de la concurrence sont définis à un niveau de désagrégation plus fin que les codes à 4 ou 6 chiffres, si bien que chaque code regroupe un grand nombre de marchés pertinents³¹. En conséquence, même si ces données révèlent une forte concentration et un niveau de profits élevé dans un secteur à 4, 5 ou 6 chiffres, sans données supplémentaires plus désagrégées, il n'est pas possible de repérer le marché à l'origine de cette forte concentration.

131. Par ailleurs, comme les codes de la NACE/SIC ou du SCIAN regroupent en principe un grand nombre de marchés pertinents, il est possible que des problèmes d'agrégation ou de moyennage empêchent de repérer des marchés problématiques. Pour simplifier à des fins d'illustration, imaginons qu'il y ait dix marchés pertinents dans un secteur de la classification et que dans chacun de ces marchés, des entreprises différentes détiennent une part de 100 %. Dans ce cas, à ce niveau sectoriel, le coefficient de concentration C3 serait égal à 30 % quand bien même on est en présence de dix monopoles.

132. Le calcul de moyennes de l'ensemble des marchés pertinents risque également d'empêcher le repérage de marchés. Par exemple, si un secteur à deux chiffres comprend deux marchés dont un dans lequel les profits sont très élevés et l'autre dans lequel les pertes sont élevées, le secteur affiche en moyenne un niveau de profits normal, si bien que le marché où les profits sont élevés passe inaperçu. Des problèmes de même nature se posent pour d'autres indicateurs de concurrence calculés à partir de données sectorielles.

133. Les problèmes d'agrégation sont certes inévitables, mais compte tenu des données disponibles, le risque est que les informations obtenues ne soient pas adaptées à l'objectif – les entreprises se font concurrence dans des marchés pertinents définis à un niveau fin.

134. À titre d'exemple, Werden (1998_[61]) utilise des données issues d'affaires d'entente sur les prix pour comparer les secteurs de la SIC aux marchés pertinents. Pour ce faire, il construit un indicateur approximatif de la validité des secteurs de la SIC – les quotients commerciaux (*Commerce Quotients* ou CQ). Le quotient mesure (sur la base du chiffre d'affaires) la taille du marché pertinent en part du secteur de la SIC dont il relève. La valeur idéale de ce quotient pour que le secteur de la SIC constitue une représentation valable d'un marché pertinent s'établit à 1 %. Or, l'étude, qui porte sur un échantillon de 80 ententes détectées aux États-Unis, montre que dans 52 de ces ententes, le quotient était nettement

inférieur à 1 %. L'auteur analyse également des fusions et constate que dans 17 des 47 fusions de l'échantillon, le quotient est inférieur à 1 %, tandis qu'il est supérieur à 14 % dans seulement 14 cas. En 2018, une étude similaire a été réalisée par (Werden et Froed, 2018^[62]). Les auteurs ont constaté que sur les 44 fusions analysées aux États-Unis, dans 32 cas, le quotient était inférieur à 1 %. Ces résultats prouvent que les secteurs de la SIC sont beaucoup plus vastes que les marchés pertinents.

135. Plus récemment, Alfred et al. (2021^[63]) ont construit une base de données comprenant 2 000 fusions examinées par la Commission européenne (1995-2014) et ont constaté que ces fusions couvraient 20 000 marchés de produits/géographiques et que le marché pertinent type était beaucoup plus concentré que le secteur SIC type. Les auteurs (2021^[63]) font état d'un IHH de 3 000 (avec un écart-type de 2 000), ce qui est dix fois plus élevé que l'IHH calculé dans la plupart des études portant sur des secteurs de la SIC. Sans doute peut-on avancer que cet écart n'est en lui-même guère surprenant et que le plus important est de savoir si l'IHH observé au niveau sectoriel est représentatif (quoique calculé à une échelle plus grande) de la concentration des marchés qui le composent, ce qui n'est pour l'heure pas connu. Davies (2021^[58]) fait valoir que ce qui importe, c'est le degré d'homogénéité des marchés pertinents au sein d'un secteur et le degré de diversification des entreprises dans ces marchés.

136. La deuxième catégorie de données est constituée de données déclarées par les entreprises, par exemple d'informations financières telles que le bénéfice, la valeur ajoutée ou l'investissement pour l'entreprise dans son ensemble ou ses grandes composantes. Le problème est alors que les grandes entreprises ont généralement diverses activités économiques, parfois dans plusieurs pays. L'agrégation des données relatives à divers domaines (activités économiques et lieux géographiques) entraîne les mêmes difficultés que celles qui viennent d'être citées.

4.3 Nécessité de prendre en compte les aspects dynamiques de la concurrence

137. Les paragraphes précédents étaient consacrés aux problèmes que pose l'utilisation d'indicateurs agrégés au niveau sectoriel, qu'il s'agisse d'indicateurs de concentration ou des profits par exemple. Les paragraphes qui suivent portent sur la nécessité de ne pas se contenter de comparer les entreprises de manière statique, dans un secteur d'activité donné à un instant précis.

138. La concurrence est un processus dynamique. Elle résulte d'un flux sans fin d'entreprises qui connaissent une croissance puis des difficultés, parfois avant de connaître une nouvelle période d'expansion. Elle implique diverses actions visant à permettre la concrétisation des choix d'une entreprise donnée tout en réduisant la marge de manœuvre des entreprises concurrentes. En d'autres termes, elle constitue un processus dynamique de rivalité entre entreprises. Cette rivalité porte sur les prix, sur l'amélioration de la production ou des produits, sur la R-D, entre autres.

139. L'examen d'indicateurs statiques peut donc donner une idée fautive de l'intensité concurrentielle. Ainsi, une forte concentration et des profits élevés peuvent être le signe d'un affaiblissement de la concurrence mais aussi le résultat d'un processus de concurrence intense (la survie des entreprises les plus performantes) au terme duquel quelques entreprises très efficaces, peu nombreuses, dégagent des profits élevés. Pour déterminer la plus vraisemblable de ces deux hypothèses, il faut se livrer à un examen plus approfondi du marché en analysant aussi des indicateurs de concurrence dynamiques.

140. L'indicateur de Boone (section 3.2.3) a vocation à permettre de saisir la dynamique du marché au lieu de se limiter à une analyse statique. À titre d'exemple, il a été utilisé par Joao Amador et Ana Cristina Soares (2013^[64]) pour l'analyse de la concurrence au sein de l'économie portugaise, par Sebastian Jose de Ramon et Michael Straghan (2016^[54]), qui ont analysé la concurrence du secteur des banques de dépôt au Royaume-Uni, et par l'autorité néerlandaise de la concurrence (2021), qui a évalué l'intensité de la concurrence dans le secteur bancaire.

141. Une comparaison de l'indicateur de Boone et d'indicateurs plus traditionnels tels que l'IHH et la marge prix-coût révèle que dans la littérature, l'évaluation de la concurrence varie parfois selon les indicateurs utilisés, ce qui pourrait s'expliquer par leur nature même. Une intensification de la concurrence peut entraîner une redistribution ou avoir un effet de sélection, ce que les indicateurs traditionnels tels que l'IHH et la marge prix-coût ne permettent pas d'évaluer. Il s'agit sans doute d'une des principales causes des écarts entre indicateurs.

142. Parmi les autres indicateurs dynamiques figurent des outils de mesure du dynamisme des entreprises tels que les taux d'entrée et de sortie, le taux d'attrition, l'âge moyen des entreprises, la stabilité de la position sur le marché des plus grandes entreprises (instabilité de la part de marché d'une entreprise) et la probabilité que les entreprises affichant les profits les plus élevés conservent cette position (persistance des profits et des marges).

143. Toutefois, la stabilité des parts de marché et le fait que quelques entreprises seulement soient à l'origine des profits peuvent être la résultante de la capacité des entreprises en question à innover et à se distinguer de leurs rivales et/ou à réduire les coûts et à améliorer leur productivité. Autor et al. (2017^[65]) expliquent ce phénomène par l'hypothèse de l'entreprise superstar. Ce phénomène est relativement courant dans les marchés pharmaceutiques, où les entreprises parviennent souvent à lancer plusieurs projets de nouveaux traitements dont chacun peut donner naissance à un pouvoir de marché temporaire. La naissance d'entreprises superstars peut entraîner une hausse des profits, des marges et de la concentration qui ne s'essouffle pas au fil du temps (persistance) et pourrait être compatible avec l'exercice d'une concurrence intense, chaque entreprise voulant être la prochaine à bénéficier d'un renforcement temporaire de pouvoir de marché.

4.4 L'importance des importations, des exportations et des entreprises multinationales

144. Dans la plupart des études, les indicateurs sont construits sur une base nationale. Les auteurs postulent implicitement que le marché géographique est l'économie nationale. Or, en réalité, le marché géographique pertinent peut être plus petit (régional ou local par exemple) ou plus vaste (mondial par exemple).

145. Lorsqu'il est plus petit, les problèmes d'agrégation et de moyennage inhérents à l'examen d'indicateurs calculés au niveau national risquent d'empêcher de repérer des marchés problématiques. À l'inverse, lorsqu'il est plus vaste, il peut arriver que les indicateurs laissent penser, à tort, qu'il existe un problème de concurrence. Ainsi, si les indicateurs de concentration sont élevés par rapport à l'économie nationale, ils peuvent être plus faibles si la concentration est évaluée au niveau supranational – européen par exemple. De même, un secteur caractérisé par un faible taux d'attrition au niveau national peut se révéler plus dynamique lorsque l'on tient compte de l'entrée et de la sortie au niveau européen.

146. Il s'agit là d'un aspect particulièrement important à l'heure où des études montrent que les plus grandes entreprises sont à l'origine d'une part disproportionnée des ventes et de la richesse. À titre d'exemple, la revue *the Economist* (2016^[60]) a montré que 10 % des entreprises cotées étaient à l'origine de 80 % des bénéfices à l'échelle mondiale ; par ailleurs, la part du PIB générée par les entreprises américaines figurant dans le classement Fortune 100 des plus grandes entreprises est passée de 33 % environ en 1994 à 46 % en 2013. Beaucoup d'études révèlent en outre qu'aux États-Unis, la part des ventes réalisées par les plus grandes entreprises et les autres indicateurs de concentration ont augmenté dans la quasi-totalité des secteurs depuis les années 90 (Autor et al., 2017^[65]) (Rossi-Hansberg, Sarte et Trachter, 2018^[66]). Les données internationales montrent elles aussi que les indicateurs de concentration ont progressé dans la plupart des pays de l'OCDE (Callagaris, Criscuolo et Marcolin, 2018^[36]). Ces constatations ont fait naître des inquiétudes à l'idée que la montée en puissance de ces entreprises pourrait être synonyme de moindre intensité de la concurrence (De Loecker et Eeckhout, 2018^[10]).

147. À partir de données sur les États-Unis, Bonfiglioli, Crino et Gancia (2019^[67]) examinent la concentration des ventes de produits importés par pays d'origine et constatent que parmi les entreprises étrangères vendant leurs produits aux États-Unis, la concentration des ventes est restée stable par pays d'origine, mais a diminué lorsqu'elle est calculée pour l'ensemble des entreprises, tous pays d'origine confondus. Les auteurs en déduisent qu'une concurrence plus forte sur les marchés internationaux peut coexister avec une augmentation de la concentration des producteurs nationaux. Ce résultat va dans le sens d'une vision plus optimiste, à savoir qu'un degré élevé de concentration au niveau national coexiste avec une forte concurrence au niveau international. La concurrence mondiale peut contraindre les entreprises non productives à sortir du marché et les entreprises les plus performantes à se recentrer sur leurs meilleurs produits (Melitz, Mayer et Ottaviano, 2014^[68]).

148. Ces résultats montrent cependant aussi que la croissance des entreprises est de plus en plus inégalitaire au niveau de l'entreprise elle-même, ce qui peut avoir des répercussions négatives sur la situation du marché du travail et la répartition du revenu. Parmi les phénomènes susceptibles d'expliquer cette tendance répandue figurent des modifications des stratégies d'innovation (Perla et Tonetti, 2019) ; une augmentation de la dispersion des revenus entre travailleurs du fait de la dispersion croissante des salaires moyens versés par leurs employeurs (Song et al., 2019^[69]) ; ou des disparités au niveau de l'adoption des technologies d'automatisation (Acemoglu, Lelarge et Restrepo, 2020^[70]) (Hubmer et Restrepo, 2021^[71]). Il conviendrait donc de mener des travaux de recherche supplémentaires sur les causes potentielles de ce phénomène avant de tirer des conclusions définitives au sujet de l'évolution de l'intensité concurrentielle.

5 L'utilisation des indicateurs de concurrence par les autorités de la concurrence

149. Les autorités de la concurrence ont trois grandes raisons de mesurer la concurrence du marché. Premièrement, elles cherchent à faire respecter le droit de la concurrence sur les marchés où ont lieu des fusions et où il peut y avoir abus de position dominante (action répressive). Deuxièmement, elles cherchent à évaluer si une intervention proconcurrentielle est nécessaire et si cette intervention a des chances d'avoir plus d'effets positifs que d'effets négatifs (promotion de la concurrence). Troisièmement, elles cherchent à évaluer *a posteriori* l'efficacité de leur action. Ces raisons déterminent quels indicateurs de concurrence sont potentiellement les plus appropriés et elles conditionnent l'utilité de ces indicateurs. Elles sont examinées tour à tour ci-après.

5.1 Respect du droit de la concurrence

150. Schématiquement, lorsqu'elles mesurent la concurrence dans le cadre de leurs interventions répressives (fusions et abus de position dominante), les autorités de la concurrence doivent évaluer s'il y a une « diminution substantielle de la concurrence », une « entrave significative à la concurrence effective » ou une « atteinte à la concurrence ». Les indicateurs de concurrence utilisés sont choisis au cas par cas, en fonction des caractéristiques du marché et des données disponibles. Le tableau 5.1 illustre cet aspect au moyen d'exemples d'enquêtes soumis par la DG COMP (OCDE, 2021^[56]) et décrivant la dimension de la concurrence examinée dans l'affaire concernée et les indicateurs de concurrence utilisés en conséquence.

Tableau 5.1. Indicateurs de concurrence utilisés dans des interventions répressives

Dimension de la concurrence	Indicateurs de concurrence utilisés	Exemples
Concentration du marché	Parts de marché des entités qui fusionnent, augmentation de la part de marché IHH avant et après la fusion, variation de l'IHH, augmentation de la part de marché	Siemens/Alstom, Ball/Rexam
Contestabilité du marché	Nombre de concurrents restants Parts de marché des principaux concurrents/importateurs Marché d'enchères (O/N) Importations/chiffre d'affaires	Heidelberg/Cemex CR H3G/O2 IE GE/Alstom Outokumpu/Inoxum
Prix/profits	Marge/évolution des marges et comparaison entre agents économiques	Wieland/Aurubis
Barrières à l'entrée	Investissements en capital/chiffre d'affaires Dépenses de R-D/chiffre d'affaires Entrée sur le marché/sortie du marché	Telefónica/E-Plus DE Dow/Dupont DEMB/Mondelēz, Ryanair/Aer Lingus
Contre-pouvoir d'acheteur	Part des ventes aux principaux clients Comportement de changement de fournisseur de la part des	WD/Viviti Praxair/Linde

	consommateurs	
Risque de collusion	Nombre de concurrents Transparence des prix Symétrie des parts de marché	ABF/GBI ABInBev/SAB Miller H3G/Wind IT
Stade du cycle de production	Variation de la capacité de production (investissement) Variation des ventes/chiffre d'affaires	Ineos/Solvay

Source : DG COMP, Application of Measures of Market Competition, atelier de l'OCDE sur les méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché. (OCDE, 2021^[56])

151. À noter que lorsqu'une autorité de la concurrence analyse les indicateurs de concurrence dans le cadre d'une intervention, cette analyse peut être plus approfondie qu'elle ne le serait dans d'autres circonstances. Ainsi, si l'autorité examine les profits, elle se livre en principe à une analyse précise des ajustements nécessaires au niveau des données comptables pour estimer les profits économiques. En revanche, une analyse aussi détaillée n'est sans doute pas réalisable ou envisageable pour examiner l'évolution des profits dans différents secteurs, par exemple.

Hierarchisation par ordre de priorité

152. Compte tenu de leurs contraintes budgétaires, les autorités de la concurrence ne peuvent pas surveiller tous les marchés ou tous les secteurs. Dans ce contexte, certaines d'entre elles utilisent des indicateurs de concurrence pour élaborer des outils qui les aident à repérer les secteurs où la probabilité de détecter des problèmes est plus forte. Connus sous le nom d'outils de filtrage, ils ont pour but de les aider à définir des actions prioritaires dans le cadre de leur politique de hiérarchisation des priorités, définie sur la base de principes³².

153. Pour ce qui est de la répression des infractions au droit de la concurrence, des outils économiques ont été mis au point pour détecter les ententes. Ils sont un moyen d'analyser les données économiques observables et les informations sur diverses caractéristiques du marché, les données sur les coûts, les prix, les parts de marché et pour attirer l'attention sur des marchés où des pratiques de collusion ont déjà été constatées ou qui se prêtent plus que d'autres à ces pratiques. Les résultats de ces outils de filtrage sont seulement destinés à signaler les marchés qui méritent un examen plus approfondi.

154. Les filtres présentent plusieurs limites. Certaines ont trait à leur nature (ex. : ils ne fournissent en général pas de preuves réelles de l'entente et ne permettent normalement pas de faire la différence entre collusion tacite et collusion explicite). D'autres sont dues aux ressources et compétences nécessaires pour mettre en œuvre régulièrement des dispositifs de filtrage. Ainsi, l'accès aux données et informations peut constituer un obstacle de taille dans les situations où il n'est pas facile d'accéder à des données fiables. Du fait de ces limites et du succès des programmes de clémence, beaucoup d'autorités de la concurrence n'appliquent pas de dispositifs de filtrage empiriques systématiques (OCDE, 2013^[72]) (OCDE, 2018^[73]). L'encadré 5.2 présente une synthèse de l'expérience des autorités de la concurrence des Pays-Bas et du Royaume-Uni en matière de filtrage à des fins de détection des ententes.

Encadré 5.1. Filtrage visant à détecter des ententes : expérience des autorités de la concurrence des Pays-Bas et du Royaume-Uni

L'instrument de détection économique de l'autorité de la concurrence des Pays-Bas (l'indice de la concurrence)

L'instrument de détection économique de l'autorité de la concurrence des Pays-Bas (l'indice de la concurrence) (Petit, 2012^[74]) fait appel aux indicateurs de concurrence décrits dans cette note pour identifier les secteurs où le risque de comportement d'entente est grand. La méthode employée est structurelle. Parmi les indicateurs utilisés figurent le nombre d'associations professionnelles, les prix

(comparaison entre les prix aux Pays-Bas et les prix moyens dans l'Union européenne), la concentration (IHH, nombre d'entreprises et taux d'importation) et la dynamique du marché (croissance du marché, taux d'attrition, taux de survie, R-D). La méthode consiste à évaluer les secteurs à partir de données publiques et à utiliser un système de pondération pour attribuer à chaque secteur une note reflétant la probabilité de pratiques de collusion. Les secteurs pour lesquels l'indice est élevé peuvent faire l'objet d'un examen plus poussé par l'autorité de la concurrence. L'indice a été testé au moyen d'une confrontation de ses résultats avec les ententes détectées dans d'autres pays, et un degré de coïncidence élevé a été observé. En outre, une comparaison statistique entre l'indice et d'autres indicateurs de concurrence, par exemple la marge prix-coût et l'indicateur de Boone, a été effectuée et a mis en évidence une corrélation faible mais significative.

L'une des principales critiques formulées contre cette méthode est l'absence de coïncidence entre les classifications sectorielles et les marchés au sens du droit de la concurrence. L'un de ses principaux avantages réside dans le fait qu'elle permet une surveillance de l'économie dans son ensemble et qu'elle est facile à appliquer, nécessitant peu de moyens financiers et humains.

La méthode employée par l'Office of Fair Trading (OFT) du Royaume-Uni pour prédire la formation d'ententes

L'OFT, au Royaume-Uni, a lui aussi commandité plusieurs études pour connaître les usages possibles des indicateurs de concurrence dans le cadre de ses interventions. À la suite d'une étude (OFT, 2004^[75]) sur l'utilisation d'indicateurs de concurrence pour le repérage des problèmes se posant sur les marchés, Grant et Sonderegger (OFT, 2005^[76]) ont mis au point une méthode précise de prédiction des ententes. Ils ont fait appel à des données sur les caractéristiques structurelles identifiées comme potentiellement pertinentes pour repérer la formation d'ententes ou leur stabilité. La méthode employée a comporté deux étapes. La première avait pour but de repérer, au moyen d'une analyse de régression et de données existantes sur des ententes détectées dans l'UE et aux États-Unis, des caractéristiques structurelles semblant importantes pour la formation d'ententes (qui avaient fonctionné). Au cours de la deuxième étape, l'analyse issue de la première a été utilisée pour prédire la probabilité de voir des ententes se former dans des secteurs où ce risque n'avait jusqu'alors pas été identifié. L'analyse a montré que d'une part, la probabilité d'apparition d'une entente augmentait avec le chiffre d'affaires total, la croissance du chiffre d'affaires par entreprise, les coefficients de concentration C3 et les coûts par salarié. D'autre part, cette probabilité diminuait parallèlement à la variabilité de la croissance des entreprises et aux économies d'échelle.

Cette méthode a attiré les mêmes critiques que celle employée par les Pays-Bas, à savoir le décalage entre la classification sectorielle et les marchés au sens du droit de la concurrence et la difficulté à faire la différence entre collusion tacite et explicite. L'autorité de la concurrence du Royaume-Uni a reconnu que si les facteurs structurels pouvaient aider à prédire l'apparition d'ententes dans un secteur, la méthode n'était pas infaillible. Mieux vaut en réalité associer plusieurs approches tenant compte des plaintes des consommateurs et des concurrents et, dans certains cas, de la recherche interne.

Source : (Petit, 2012^[74]) (OFT, 2004^[75]) (OFT, 2005^[76])

5.2 Promotion de la concurrence

155. L'analyse des indicateurs de concurrence au niveau sectoriel ou au niveau de l'économie peut fournir des informations utiles sur les caractéristiques et tendances et aider ainsi les autorités à définir leurs priorités en matière de promotion de la concurrence et à mener des actions de promotion de la concurrence. Elle peut faciliter le repérage de secteurs dans lesquels une vigilance de l'autorité s'impose,

de ceux dans lesquels d'autres travaux sont nécessaires ou de ceux qui pourraient mériter une étude de marché.

156. Plusieurs autorités de la concurrence ont récemment réalisé une étude ponctuelle sur l'évolution de la concurrence dans l'économie de leur pays – c'est par exemple le cas de celles du Royaume-Uni (CMA, 2020^[31]), de la Nouvelle-Zélande (2019^[77]) et de la Norvège (2019^[15]). Pour ce qui est de l'utilisation de ce type d'analyse au long cours, le Conseil roumain de la concurrence a mis au point un instrument d'analyse pour mesurer la propension à la concurrence de différents secteurs de l'économie en 2013 (OCDE, 2021^[56]). Cet outil ne mesure pas (et ne vise pas à mesurer) le degré réel de concurrence. Dénommé Indice agrégé de pression concurrentielle (AICP), il établit un classement des secteurs, du moins vertueux au plus vertueux en matière de concurrence. Il est toujours calculé et les résultats du calcul sont publiés annuellement dans le rapport annuel du Conseil de la concurrence. Il est par ailleurs utilisé en interne, à des fins de surveillance des marchés, de même que pour des actions externes de promotion de la concurrence.

157. Étant donné que, comme décrit plus haut, chaque indicateur pris individuellement présente des limites qui empêchent son utilisation pour effectuer un repérage fiable des marchés problématiques, l'indice composite issu de l'agrégation des résultats de plusieurs indicateurs hérite des limites des indicateurs individuels. Il importe de ne pas l'oublier lorsque l'on envisage de concevoir un indice composite et lorsque l'on interprète ses résultats³³.

158. La combinaison d'indicateurs choisie par les diverses autorités varie en fonction des données disponibles et de la méthode utilisée. Elle a cependant toujours pour but de saisir, dans la mesure du possible, les différentes dimensions de la concurrence. L'encadré 5.3 résume ce qu'ont fait les autorités de la concurrence norvégienne et néo-zélandaise pour mesurer l'intensité de la concurrence et les difficultés auxquelles elles se sont heurtées.

Encadré 5.2. Mesure de l'intensité de la concurrence : l'expérience des autorités de la concurrence de la Norvège et de la Nouvelle-Zélande

Expérience de l'autorité de la concurrence de la Norvège (2019^[15])

L'analyse est axée sur l'évolution des parts de marché et des profits dans les secteurs de l'économie norvégienne entre 1992 et 2018. Elle fait appel aux données comptables de toutes les sociétés de capitaux et aux données sur les participations collectées à partir des annexes aux états financiers des entreprises, et couvre l'ensemble des données comptables. La série de données porte sur 137 secteurs d'activité, représentant au total 50 % du produit brut du secteur privé norvégien.

Deux types d'indicateurs sont utilisés :

- des indicateurs de concentration : IHH, IHH calculé au niveau du groupe et l'IHH modifié, l'objectif étant de tenir compte de la détention de participations minoritaires communes par les entreprises ;
- des indicateurs de rentabilité : marge d'exploitation, marge EBITDA, rendement de l'actif et marge prix-coût.

L'autorité de la concurrence s'est notamment heurtée aux difficultés suivantes :

- le niveau d'agrégation des données (secteur d'activité plutôt que marché pertinent) ;
- l'importance de faire appel à une série de données englobant les petites entreprises (et non les seules entreprises cotées) ;

- l'agrégation de plusieurs secteurs, en raison d'une modification des poids relatifs affectant les tendances ;
- l'exclusion des secteurs exportateurs.

Expérience de l'autorité de la concurrence de la Nouvelle-Zélande (2019^[77])

Pour évaluer la concurrence dans un secteur donné, quatre indicateurs de concurrence ont été calculés : l'élasticité du profit, la marge prix-coût, l'IHH et le coefficient de concentration des 20 premières entreprises du secteur (CR20). Ces indicateurs ont été appliqués à une série de données relatives à 30 secteurs d'activité au cours de la période 2001-16.

Les principales difficultés relevées par l'autorité sont les suivantes :

- selon les indicateurs, les résultats concernant le degré de concurrence qui règne dans un secteur et son évolution peuvent être différents ;
- les classifications sectorielles ne coïncident en principe pas avec les marchés au sens du droit de la concurrence ;
- en pratique, les coûts sont difficiles à calculer ;
- les indicateurs de marge ne tiennent pas compte des coûts fixes, qui peuvent pourtant jouer un rôle important dans la concurrence (ex. : barrières à l'entrée).

Hierarchisation par ordre de priorité

159. Quelques autorités ont examiné s'il était envisageable d'utiliser les indicateurs de concurrence pour sélectionner les marchés susceptibles de mériter une étude de marché. Ainsi, en 2004, l'Office of Fair Trading (OFT) du Royaume-Uni a tenté de mettre au point une méthode globale faisant appel à une grande quantité de données accessibles au public pour repérer les secteurs présentant des caractéristiques propices à l'apparition de problèmes de concurrence (OFT, 2004^[75]). En 2007, une autre réflexion a été conduite sur l'utilisation d'indicateurs sectoriels de productivité en complément d'autres indicateurs de concurrence tels que les parts de marché et les taux d'entrée et de sortie (OFT, 2007^[78]), et ces travaux ont été approfondis par la CMA (CMA, 2015^[79]). L'encadré 5.4 décrit la méthode et l'expérience du Royaume-Uni en matière d'outils de filtrage des marchés.

Encadré 5.3. Expérience du Royaume-Uni en matière d'outils de filtrage des marchés

Indicateurs empiriques en vue de la réalisation d'enquêtes de marché (OFT, 2004^[75])

L'analyse portait sur une série de données se rapportant à l'économie dans son ensemble et visait à repérer les secteurs qui, compte tenu de leurs caractéristiques, se prêtaient à l'utilisation d'outils de protection de la concurrence et des consommateurs. La méthode employée reposait sur la SIC, classification sectorielle à quatre chiffres, et comportait quatre étapes :

- Étape 1 : recueil de données sur 32 indicateurs empiriques révélateurs de problèmes sur les marchés, regroupés dans huit catégories (barrières à l'entrée, productivité, concentration, profits, prix, plaintes des consommateurs, innovation, coût du changement de fournisseurs, autres), puis examen des secteurs les moins bien classés pour chacun de ces indicateurs.
- Étape 2 : si possible (pour les 8 catégories d'indicateurs), application de coefficients de pondération pour obtenir un indice moyen pondéré, puis examen des 15 secteurs les moins bien classés à l'aune de cet indice.

- Étape 3 : réintégration des trois à cinq secteurs les plus mal classés pour les principaux indicateurs non pris en compte (plaintes, ratio rapportant la publicité aux ventes, innovation).
- Étape 4 : examen plus approfondi des 26 secteurs ainsi sélectionnés.

D'importants problèmes liés aux données et à la méthodologie ont rendu les résultats difficiles à interpréter, à savoir :

- Les secteurs de niveau 4 de la SIC peuvent être plus larges/petits que les marchés. De surcroît, pour les entreprises présentes dans plusieurs secteurs de la SIC, les activités sont attribuées à un code principal unique.
- De nombreuses données étaient manquantes et toutes les données n'ont pas été recueillies sur la base des secteurs de la SIC, si bien qu'il a été difficile de les adapter.
- La pondération était subjective.

Productivité et concurrence (OFT, 2007^[78])

La méthode employée reposait sur la SIC, classification sectorielle à quatre chiffres, et comportait trois étapes :

- Étape 1 : calcul de la croissance de la productivité du travail et de la productivité totale des facteurs au Royaume-Uni et dans l'Union européenne.
- Étape 2 : calcul des indicateurs de concurrence suivants pour le Royaume-Uni : variation de la part de marché, taux d'entrée et de sortie, persistance, dispersion de la productivité.
- Étape 3 : repérage de secteurs candidats sur la base des différences de croissance de la productivité entre le Royaume-Uni et l'Union européenne et entre périodes.

Des problèmes similaires à ceux évoqués plus haut, liés aux données et à la méthodologie, ont été constatés.

Productivité et concurrence (CMA, 2015, p. 34^[79])

Ces dernières années, la quantité de microdonnées recueillies au niveau de l'entreprise a augmenté au Royaume-Uni, ce qui a atténué certaines des difficultés rencontrées pour obtenir des indicateurs calculés à un niveau de désagrégation suffisant. Dans ce contexte, en 2015, la CMA a annoncé qu'elle entamait une analyse à partir de données recueillies au niveau de l'entreprise pour calculer des indicateurs sectoriels désagrégés. Bien que ces travaux n'en soient encore qu'à leurs débuts, elle pourrait être en mesure de les utiliser pour définir ses priorités.

160. Les initiatives décrites ci-dessus ont mis en lumière les difficultés conceptuelles et pratiques auxquelles se heurte la définition de priorités sur la seule base d'indicateurs. Elles montrent cependant l'intérêt potentiel de ces indicateurs lorsqu'ils sont utilisés en complément d'autres formes d'informations, telles que des preuves de préjudice, des plaintes de consommateurs ou des préoccupations publiques.

161. Globalement, il n'est peut-être pas réaliste de penser qu'un outil mécanique puisse offrir plus que des informations utiles sur la dynamique du marché. Il est indispensable de disposer d'informations plus larges. Néanmoins, les données et indicateurs de concurrence créés peuvent aider les autorités de la concurrence à hiérarchiser leurs activités par ordre de priorité, à sélectionner des marchés pouvant mériter un examen plus approfondi et à mener des actions de promotion de la concurrence.

5.3 Évaluation ex post de la politique de la concurrence

162. Certaines autorités de la concurrence analysent les indicateurs au niveau sectoriel et au niveau de l'économie afin d'éclairer le débat sur l'adaptation de la politique de la concurrence³⁴. Ainsi, l'autorité norvégienne a récemment commandé une étude portant sur la concentration du marché et les marges bénéficiaires au niveau sectoriel ces 25 dernières années (2019^[15]). Elle a constaté une légère diminution des niveaux de concentration et une certaine stabilité des marges bénéficiaires au cours de cette période. Il s'agit là d'une situation fort différente de celle constatée aux États-Unis, où des études ont démontré une augmentation à la fois des niveaux de concentration et des marges. Les résultats obtenus aux États-Unis ont parfois été mis en avant pour remettre en cause de manière plus large la pertinence de la politique de la concurrence. C'est pourquoi l'autorité norvégienne a décidé de lancer son étude. En outre, durant l'atelier de l'OCDE sur les méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché (OCDE, 2021^[56]), plusieurs juridictions ont évoqué la possibilité d'utiliser des indicateurs de mesure de la concurrence au niveau des secteurs et de l'économie pour évaluer leurs propres performances (fût-ce imparfaitement).

163. La mesure des effets économiques de la politique de la concurrence sur la concurrence peut contribuer à démontrer la légitimité de cette politique et suscite un intérêt accru depuis quelques années, les inquiétudes au sujet d'un éventuel affaiblissement de la concurrence se faisant plus vive et des interrogations concernant l'efficacité de la politique de la concurrence ayant émergé³⁵. Toutefois, mesurer ces effets au niveau sectoriel ou économique suppose de disposer d'indicateurs de la force de la politique de la concurrence et d'indicateurs de concurrence comme ceux présentés dans la section 3.

164. Peu d'études évaluent le lien entre la force de la politique de la concurrence et la concurrence. La plupart des études empiriques analysent directement les effets de cette politique sur les performances macroéconomiques (ex. la productivité) ou mesurent l'impact de la concurrence sur des leviers de croissance tels que les marges, les taux d'entrée ou de sortie et l'innovation. Des travaux de recherche complémentaires sur l'impact de la politique de la concurrence sur la concurrence, quoique compliqués, pourraient contribuer au débat empirique sur cet impact (voir DG COMP (2015^[80]) pour un recensement des travaux consacrés à cette question).

6 Conclusion

165. Mesurer la concurrence n'est pas tâche aisée. La concurrence est une notion complexe qui n'est pas directement observable, ce qui a motivé la mise au point, au fil des années, de multiples méthodes permettant d'en évaluer l'intensité. Le présent document a présenté une description des indicateurs les plus communément utilisés et une analyse de leur fondements théoriques ainsi que de leurs avantages et limites. Les principales conclusions qui s'en dégagent sont les suivantes.

166. Pris individuellement, les indicateurs ne fournissent que peu d'informations, tandis qu'ensemble, ils sont un moyen de mieux appréhender l'intensité concurrentielle. L'approche la plus sage consiste donc à faire appel à plusieurs indicateurs différents. Dans l'idéal, il faudrait utiliser à la fois des indicateurs de la structure et de la performance, des indicateurs statiques et dynamiques, des données recueillies au niveau de l'entreprise et du secteur et faire des comparaisons entre secteurs et au sein d'un même secteur.

167. Il est important de tenir compte du niveau d'agrégation des données pour interpréter les résultats. Les marchés au sens du droit de la concurrence sont définis à un niveau d'agrégation plus fin que les secteurs sur lesquels portent les données de sources officielles. S'il est vrai que les problèmes d'agrégation sont sans doute inévitables, étant donné les données disponibles, il est possible que celles-ci ne soient pas adaptées à l'objectif poursuivi. Il faut donc faire preuve de prudence dans l'interprétation des résultats.

168. Dans le même ordre d'idées, dans la plupart des études, les indicateurs sont construits sur une base nationale. Les auteurs postulent implicitement que le marché géographique est l'économie nationale. Or, en réalité, le marché géographique pertinent peut être plus petit (régional par exemple) ou plus vaste (mondial par exemple). Dans le second cas, il faudrait tenir compte du poids des importations, des exportations et des entreprises multinationales.

169. Dernier élément important à ne pas oublier lorsque l'on mesure la concurrence sur le marché : les aspects dynamiques de la rivalité concurrentielle, la concurrence étant un processus dynamique. L'examen d'indicateurs statiques peut donc donner une idée fautive de l'intensité concurrentielle.

170. Étant donné les limites imposées par les données et méthodologies utilisées pour mesurer l'intensité concurrentielle, l'analyse de ces indicateurs ne peut (et ne doit) pas être utilisée pour tirer des conclusions définitives sur l'intensité de la concurrence. Par ailleurs, l'analyse reposant sur des indicateurs de l'intensité concurrentielle n'a pas vocation à reproduire (ou à remplacer) celle qu'effectuent les autorités de la concurrence pour exercer les pouvoirs dont elles sont investies par la loi. Elle peut cependant fournir des informations sur lesquelles s'appuyer pour repérer des domaines dans lesquels les autorités de la concurrence pourraient vouloir engager des travaux de recherche supplémentaires et/ou faire preuve d'une vigilance plus grande.

171. Les autorités de la concurrence souhaitant enrichir leurs outils de filtrage en utilisant un ensemble d'indicateurs d'intensité de la concurrence pourraient commencer par les marchés définis dans le cadre de leurs interventions. Elles pourraient par la suite s'intéresser à d'autres marchés importants, notamment à mesure que des données au niveau de l'entreprise deviennent disponibles. Elles auraient ainsi une idée plus fiable de la manière dont un marché évolue, ce qui leur permettrait d'identifier ceux où des problèmes peuvent se poser ou au contraire, lorsque les indicateurs révèlent une absence de problèmes dans des marchés bien définis, ceux dans lesquels, contrairement à toute attente, il ne s'en pose pas.

Notes

¹ Ces deux conceptions peuvent cependant être appréhendées comme n'ayant pas nécessairement des origines totalement distinctes. Vickers (1995_[81]) avance que l'idée selon laquelle il existerait deux conceptions de la concurrence est quelque peu erronée. Même la notion de concurrence parfaite trouve son origine dans une conception générale envisageant la concurrence comme une rivalité. La question de savoir s'il est ou non raisonnable de postuler l'existence d'une concurrence parfaite dépend des problèmes que l'on veut résoudre. Les modèles de concurrence parfaite (dont les modèles d'équilibre concurrentiel) sont extrêmement utiles à l'analyse de multiples problèmes économiques, mais ils ne sont pas adaptés pour réfléchir à certaines problématiques (ou ne sont pas conçus pour cela). Les questions relatives au processus concurrentiel et à ses effets sur l'efficacité productive et dynamique, en particulier, exigent d'autres approches.

² À titre d'exemple, les contrats multimarchés peuvent favoriser la collusion s'ils entraînent une modification des coûts et avantages relatifs de la coopération (Bernheim et Whinston, 1990_[87]).

³ Pour une réflexion sur les barrières à la sortie dans le domaine de la concurrence, voir (OCDE, 2019_[88])

⁴ Les coûts irrécupérables englobent les investissements qui, une fois réalisés, restent entièrement acquis au marché. Une entreprise ne peut pas les recouvrer en sortant du marché. On confond souvent coûts irrécupérables et coûts fixes, mais ces deux notions ne se recouvrent pas nécessairement. Les coûts fixes sont des coûts qui ne varient pas en fonction de la production. Toutefois, une entreprise peut en recouvrer une partie en cessant la production ou en cédant ou redéployant les actifs auxquels ils correspondent. Au contraire, les coûts irrécupérables ne peuvent être ni cédés ni redéployés.

⁵ Pour de plus amples informations sur les indicateurs RMP et les données utilisées pour les calculer, voir <https://www.oecd.org/economy/reform/indicators-of-product-market-regulation/>

⁶ Les indices IRES les plus récents peuvent être consultés à l'adresse <https://stats.oecd.org/Index.aspx?DataSetCode=STRI>

⁷ L'IRES est calculé pour les secteurs suivants : comptabilité, transport aérien, architecture, banques commerciales, services informatiques, construction, activités de courrier, distribution, ingénierie, assurance, services juridiques, logistique, transport maritime, production de films cinématographiques, transport ferroviaire de marchandises, enregistrement sonore, télécommunications, télévision et diffusion.

⁸ Une clause de la nation la plus favorisée (NPF) oblige un pays à consentir à tous les pays membres de l'Organisation mondiale du commerce les avantages, privilèges ou immunités accordés à un pays dans le cadre d'un accord commercial. Dans le cadre du commerce international, le traitement de la NPF est synonyme de traitement commercial non discriminatoire puisqu'il garantit une égalité de traitement de tous les membres de l'OMC.

⁹ Pour avoir accès à des informations détaillées, aux données et aux analyses les plus récentes, voir <https://français.doingbusiness.org/fr/doingbusiness>

¹¹ Les données sont recueillies au moyen d'une lecture attentive des lois nationales, des règles et des obligations administratives, ainsi que d'un examen de leur application telle que vécue par les entreprises. Elles le sont aussi dans le cadre d'échanges avec des spécialistes (professionnels travaillant dans le secteur privé et représentants des pouvoirs publics) sur la base de questionnaires, de conférences téléphoniques, de correspondances écrites et de visites sur le terrain.

¹² Lorsque la mesure est effectuée en termes absolus, le passage de 50 % à 60 % de la part de marché est considéré comme une variation de 10 %. En termes relatifs, le même changement est considéré comme une variation de 20 %.

¹³ L'indice de Lerner mesure le pouvoir de marché. Il mesure la marge prix-coût et il est égal à la différence entre le prix à la production et le coût marginal, divisée par le prix à la production. Il est compris entre zéro (situation de concurrence parfaite, dans laquelle les prix sont égaux aux coûts marginaux) et un (en présence d'un pouvoir de marché fort et de prix supérieurs aux coûts marginaux).

¹⁴ L'intrant doit être un intrant variable, et on parle alors d'élasticité de la production à un intrant variable. Cette élasticité s'obtient en mesurant le pourcentage de variation de la production induit par une variation de la quantité de l'intrant.

¹⁵ Les autres ratios comptables qui peuvent être employés pour mesurer la rentabilité sont la rentabilité des capitaux investis (ROIC), le rendement de l'actif (ROA) et le rendement des capitaux propres (ROE). Il s'agit d'indicateurs similaires, qui se distinguent les uns des autres par leur dénominateur.

¹⁶ On suppose donc que la recette marginale est une fonction décroissante de la quantité.

¹⁷ L'application empirique de cet indicateur suppose d'estimer la pente de la relation entre les profits et un indicateur de l'efficacité pour les entreprises du marché pertinent au cours de chaque année. La première méthode, non paramétrique, consiste à calculer la frontière entre profit et efficacité en faisant appel à l'analyse d'enveloppement des données. La deuxième, paramétrique, consiste à utiliser une analyse de régression pour estimer la relation entre profits et efficacité. L'approche non paramétrique est peut-être à privilégier pour des marchés comptant peu d'acteurs, la méthode qui repose sur une analyse de régression pouvant se révéler relativement faible en raison du petit nombre de degrés de liberté. À l'inverse, les méthodes non paramétriques peuvent poser des problèmes de convergence lorsqu'il y a plusieurs marchés et plusieurs années, ce qui limite leur utilité pratique.

¹⁸ <https://op.europa.eu/fr/publication-detail/-/publication/b84d0874-d66f-11e8-9424-01aa75ed71a1>

¹⁹ Il s'agit de biens et services dont le consommateur ne peut pas évaluer la qualité, même après les avoir achetés. L'assurance en est un exemple classique, le consommateur ne pouvant pas en connaître la qualité tant qu'il n'a pas subi de sinistre.

²⁰ Dans les analyses de la concentration des prix relativement sophistiquées, il est possible de neutraliser l'influence de ces facteurs en effectuant une régression multiple avec les autres variables qui jouent un rôle sur les prix en plus de la concentration.

²¹ Pour un recensement utile des études empiriques portant sur le lien entre concurrence et productivité, voir (CMA, 2015^[79])

²² Voir

<https://www.oecd.org/fr/innovation/inno/anberdbasededonneesanalytiquesdesdepensesenrechercheetdeveloppementdanslindustrie.htm>

²³ Les contrats multimarchés peuvent faciliter la collusion. La première difficulté que pose leur établissement est que les principales constatations empiriques portent sur la séparation géographique. Or, les données disponibles sont trop agrégées. Étant donné que ce type de contrat a principalement pour effet de faciliter une hausse des prix dans chacun des marchés, des indicateurs tels qu'un niveau élevé de profit peuvent permettre de repérer des situations dans lesquelles un tel contrat est préjudiciable au consommateur.

²⁴ L'effet de l'ampleur et de la répartition des capacités excédentaires sur le comportement d'une entreprise en matière de prix n'est pas simple. D'un côté, les entreprises qui ont des capacités excédentaires ont un intérêt unilatéral à réduire les prix pour utiliser ces capacités. De l'autre, l'existence de capacités excédentaires, en particulier lorsqu'elles sont réparties de manière systématique, peut favoriser la coordination. Il existe en outre une corrélation entre capacités excédentaires et effet dissuasif sur l'entrée. L'existence de capacités excédentaires permet aux entreprises en place de menacer d'augmenter l'offre et de réduire les prix en cas d'entrée, ce qui peut dissuader les candidats à l'entrée informés de l'existence de ces capacités excédentaires.

²⁵ Le pouvoir d'acheteur peut contrebalancer le pouvoir de vendeur. Toutefois, l'exercice du pouvoir d'acheteur par une entreprise (ou un groupe d'entreprises) à l'égard de ses fournisseurs peut se traduire par des prix trop bas. La mesure de la concentration du côté acheteur du marché, par exemple au moyen de l'IHH, est le moyen de mesure le plus évident.

²⁶ Dans les marchés d'enchères, les ventes se font par l'intermédiaire d'appels d'offres. En principe, l'entreprise qui remporte le marché honore la totalité de l'offre, tandis que les autres ne fournissent rien. Les marchés de ce type présentent des caractéristiques très différentes de celles de marchés classiques dans lesquels les entreprises affichent leurs prix, les consommateurs faisant ensuite un choix entre les fournisseurs. Plus précisément, la concurrence peut être intense même si les fournisseurs sont très peu nombreux. Un indicateur qui se bornerait à indiquer si un marché a pris la forme d'un appel d'offres serait d'une utilité limitée. En général, les marchés d'enchères sont plus susceptibles d'être très concurrentiels lorsque les appels d'offres portent sur des marchés volumineux, peu fréquents et lorsqu'il y a une certaine confidentialité en ce qui concerne les résultats de la procédure.

²⁷ Ces entreprises, qualifiées de « francs-tireurs », livrent activement concurrence et cherchent à accroître leur part de marché aux dépens de leurs concurrents. Il s'agit donc en général d'entreprises de taille inférieure à la taille moyenne. La pression qu'elles exercent peut briser une entente et favoriser un comportement concurrentiel. L'un des moyens de les repérer consiste à rechercher quelles entreprises sont engagées dans un processus d'expansion de leur part de marché disproportionné par rapport à leur taille, par exemple en se fondant sur le budget qu'elles consacrent à la commercialisation ou aux ventes ou – ce qui est peut-être plus simple – sur le rapport entre leurs dépenses de publicité et leurs ventes. Un rapport élevé comparativement à celui d'une grande entreprise va dans le sens d'un comportement de « franc-tireur ».

²⁸ L'existence d'organisations professionnelles poursuit des objectifs légitimes, par exemple l'autoréglementation ou le contrôle qualité. Elles sont cependant aussi de nature à faciliter la collusion entre acteurs en place et l'exclusion de nouveaux acteurs.

²⁹ Le niveau de classification le plus fin de la Nomenclature statistique des activités économiques dans la Communauté européenne (NACE) et de la Nomenclature des activités économiques (SIC), adoptée aux États-Unis mais aussi utilisée par d'autres pays, est un code à 4 chiffres. Ces codes classent les entreprises en fonction de la source de leur activité. La SIC n'est plus mise à jour par le gouvernement fédéral des États-Unis, mais ses codes continuent d'apparaître dans certaines bases de données.

³⁰ Le Système de classification des industries de l'Amérique du Nord (SCIAN), qui a remplacé la SIC, repose sur des codes à six chiffres. Plus le code est long, plus le secteur correspondant est défini étroitement.

³¹ Exemples de codes à six chiffres de la SCIAN : 011901 : culture de pois et de haricots (légumineuses) ; 011902 : céréales pour l'alimentation ; 011903 : oléagineux ; 011904 : céréales de rapport.

³² En général, la hiérarchisation des priorités repose sur une série de principes. Ces principes dépendent de facteurs tels que les caractéristiques juridiques et institutionnelles du pays et les ressources disponibles. Même s'il n'y a en la matière pas de politique type susceptible de convenir à toutes les autorités, il existe des principes communs comme l'impact sur l'économie, l'ampleur potentielle du préjudice et la question de savoir si le secteur est une priorité pour le gouvernement.

³³ Les autorités de la concurrence qui envisagent actuellement de concevoir un indice de concurrence composite sont notamment celle de l'Ukraine, avec son indice de surveillance de l'environnement concurrentiel, et celle du Maroc, qui projette de créer un baromètre national de la concurrence.

³⁴ Le terme « politique de la concurrence » renvoie ici à la législation relative à l'interdiction des entente et abus de position dominante et aux fusions.

³⁵ Parmi les outils de mesure de la force de la politique de la concurrence figurent des variables qui indiquent si un régime de lutte contre les atteintes à la concurrence est en place, des variables qui rendent compte des ressources humaines et budgétaires employées par les autorités de la concurrence, des variables relatives à la qualité du droit de la concurrence, des résultats d'enquêtes sur l'efficacité perçue de la politique de la concurrence et des variables décrivant les interventions des autorités de la concurrence.

Références

- Acemoglu, D., C. Lelarge et P. Restrepo (2020), « Competing with Robots: Firm-Level Evidence from France », *American Economic Association Papers and Proceedings*, vol. 110, pp. 383-388. [70]
- Alfred, P. et al. (2021), « Market Concentration in Europe: Evidence from Antitrust Markets », *Competition Policy International*. [63]
- Amador, J. et A. Soares (2013), « Competition in the Portuguese Economy: Insights from a Profit Elasticity Approach », *European Central Bank Working Paper Series* 1603. [64]
- Amir, R. (2010), « Market Structure, Scale Economies, and Industry Performance ». [40]
- Autor, D. et al. (2020), « The Fall of the Labour Share and the Rise of Superstar Firms », *Quarterly Journal of Economics*. [5]
- Autor, D. et al. (2017), « The Fall of the Labour Share and the Rise of Superstar Firms », *NBER Working Paper* 23396. [65]
- Autorité norvégienne chargée de la concurrence (2019), « Competition in the Norwegian Economy », <https://konkurransetilsynet.no/competition-has-been-stable-in-norway-for-the-last-decades/?lang=en>. [15]
- Bain (1956), *Barriers to New Competition*, Cambridge Harvard Press. [3]
- Bajgar, M. et al. (2019), « Industry Concentration in Europe and North America », *OECD Productivity Working Papers*, vol. 18. [19]
- Baumol, W., J. Panzar et P. Willig (1982), *Contestable Market and the Theory of Industry Structure*. [4]
- Bernheim, B. et M. Whinston (1990), « Multimarket Contract and Collusive Behaviour », *The RAND Journal of Economics*, pp. 1-26. [87]
- Bertrand (1883), « Théorie des Richesses: Revue de Théories Mathématiques de la Richesse Social par Léon Walras et recherches sur les Principes Mathématiques de la Théorie des Richesses per Augustin Cournot », *Journal des Savants*. [86]
- Bessen, J. (2016), « Accounting for Rising Corporate Profits: Intangibles or Regulatory Rents? », *Boston University School of Law, Law and Economics Working Paper*, vol. 16-18. [45]
- Bond, S. et al. (2020), « Some Unpleasant Markup Arithmetic: Production Function Elasticities and the Production Data », *NBER Working Paper* w27002. [42]

- Bonfiglioli, A., R. Crinó et G. Gancia (2019), « Trade, Finance and Endogenous Heterogeneity », *Journal of the European Economic Association*, vol. 17, pp. 79-130. [67]
- Boone, J. (2008), « A New Way to Measure Market Competition », *The Economic Journal*, vol. 118/531, pp. 1245-1261. [52]
- Boone, J., J. van Oun et H. van der Weil (2013), « When is the Price Cost Margin a Safe Way to Measure Changes in Competition? », *De Economist*, pp. 1-23. [85]
- Bullow, J. et P. Klemperer (2002), « Prices and the Winner's Curse », *RAND Journal of Economics*, pp. 1-21. [39]
- Callagaris, S., C. Criscuolo et L. Marcolin (2018), « Mark-ups in the Digital Era », *OECD Science, Technology and Innovation Working Paper* 2018/10. [36]
- Calvino, F. et al. (2018), « A Taxonomy of Digital Intensive Sectors », *OECD Science, Technology and Industry Working Paper*, vol. 2018/14. [12]
- Calvino, F., C. Criscuolo et R. Verlhac (2020), « Declining business dynamism: Structural and policy determinants », *OECD Science, Technology and Industry Policy Paper*, vol. 94, https://www.oecd-ilibrary.org/science-and-technology/declining-business-dynamism_77b92072-en. [33]
- Caves, Kahlilzadeh-Shirazi et Porter (1975), « Scale Economics in Statistical Analyses of Market Power », *Review of Economics and Statistics*, vol. 57, pp. 133-140. [26]
- CMA (2020), « The State of Competition in the UK Economy », *Final Report*. [31]
- CMA (2015), « Productivity and Competition: A Summary of Evidence », https://assets.publishing.service.gov.uk/government/uploads/system/uploads/attachment_data/file/909846/Productivity_and_competition_report_.pdf. [79]
- Commission européenne (2020), « JRC Technical Report: Common Shareholding in Europe », *Office des publications de l'Union européenne*, vol. JRC 121476, <https://publications.jrc.ec.europa.eu/repository/handle/JRC121476>. [17]
- Commission néo-zélandaise de la productivité (2019), « Competition in New Zealand: Highlights from the latest Data », *Research Note* 2019/3, <https://www.productivity.govt.nz/assets/Documents/competition-in-new-zealand/75b795cc4f/NZPC-Competition-in-New-Zealand-highlights-from-the-latest-data.pdf>. [77]
- Cournot, A. (1938), « Recherches sur le Principes Mathématiques de la Théorie des Richesses ». [1]
- Davies, S. (2021), « Presentation on Methodologies to Measure Market Competition and Key Issues », *OECD workshop on Methodologies to Measure Market Competition*, <https://www.oecd.org/daf/competition/workshop-on-methodologies-to-measure-market-competition.htm>. [58]
- De Loecker, J. et J. Eeckhout (2018), « Global Market Power », *Technical Report, National Bureau of Economic Research*. [10]
- De Loecker, J., J. Eeckhout et G. Unger (2020), « The Rise of Market Power and the Macroeconomic Implications », *The Quarterly Journal of Economics*, vol. 135/2, pp. 561-644. [11]

- De Loecker, J. et F. Warzynski (2012), « Mark-ups and Firm-Level Export Status », *American Economic Review*, vol. 102/6, pp. 2437-2471. [35]
- Demsetz, H. (1973), « Industry Structure, Market Rivalry, and Public Policy », *Journal of Law and Economics*, vol. 16, pp. 1-10. [20]
- de-Ramon, S. et M. Straughan (2016), « Measuring Competition in the UK Deposit Taking Sector », *Bank of England Staff Working Paper 631*, <https://www.bankofengland.co.uk/-/media/boe/files/working-paper/2016/measuring-competition-in-the-uk-deposit-taking-sector.pdf>. [54]
- DG COMP (2015), « Ex-post Economic Evaluation of Competition Policy Enforcement: A Review of the Literature », https://ec.europa.eu/competition/publications/reports/expost_evaluation_competition_policy_en.pdf. [80]
- Díaz, F., J. Fan et C. Villegas-Sánchez (2019), « Global Declining Competition », *Document de travail du FMI*, vol. WP/19/82. [41]
- Fitchner, J., E. Heemsskerk et J. Gracia-Bernardo (2017), « Hidden power of the Big Three? Passive index fund, re-concentration of corporate ownership and new financial risk », *Business and Politics*. [18]
- Florian, L. (2015), « Measuring Competition in Banking: A critical Review of Methods », *Halshs-01015794v2*. [53]
- Freund, C. et M. Pierola (2015), « Export Superstarts », *Review of Economic and Statistics*, vol. 97, pp. 1023-1032. [84]
- Furman, J. et P. Orszag (2015), « A firm Level Perspective on the Role of Rents in the Rise of Inequality », *Presentation at "A Just Society" Centennial Event in Honor of Joseph Stiglitz, Columbia University*, <http://gabriel-zucman.eu/files/teaching/FurmanOrszag15.pdf>. [29]
- Grosso, M. et al. (2015), « OECD Service Trade Restrictiveness Index (STRI): Scoring and Weighing Methodology », *OECD Trade Policy Papers*, vol. 177, <https://www.oecd-ilibrary.org/docserver/5js7n8wbtk9ren.pdf?expires=1617891669&id=id&accname=ocid84004878&checksum=166AE4470D2CA60088053BCECCE37E9A>. [28]
- Grullon, G., Y. Larkin et R. Michaely (2019), « Are US Industries Becoming More Concentrated? », *Review of Finance*, vol. 23/4, pp. 697-743. [9]
- Gutiérrez, G. et T. Philippon (2018), « How EU Markets Become More Competitive than US Markets: A Study of Institutional Drift. », *Technical Report, National Bureau of Economic Research*. [8]
- Gutiérrez, G. et T. Philippon (2017), « Declining Competition and Investment in the US », *National Bureau of Economic Research Working Paper 23583*. [23]
- Herfindahl, O. (1950), « Concentration in the Steel Industry », *Dissertation, Columbia University*. [13]
- Hirschman, A. (1945), *National Power and the Structure of Foreign Trade*, Berkeley University California Press. [14]

- Hsieh, C. et E. Rossi-Hansberg (2019), « The Industrial Revolution in Services », *Technical Report, National Bureau of Economic Research*. [6]
- Hubmer, J. et P. Restreto (2021), « Not a Typical Firm: The Joint Dynamics of Firms, Labour Shares, and Capital-Labour Substitutions », *mimeo Boston University*. [71]
- Mason, E. (1939), « Price and Production Policies of Large-scale Enterprise », *American Economic Review*, vol. 29/1, pp. 61-74. [2]
- McGowan, A., D. Andrews et V. Millot (2017), « Insolvency Regimes, Zombie Firms and Capital Reallocation », *Documents de travail du Département des affaires économiques de l'OCDE* 1399,
[https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=ECO/WKP\(2017\)31&docLanguage=En](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=ECO/WKP(2017)31&docLanguage=En). [34]
- Melitz, M., T. Mayer et G. Ottaviano (2014), « Market Size, Competition, and the Product Mix of Exporters », *American Economic Review*, vol. 104, pp. 495-536. [68]
- Nickell (1996), « Competition and Corporate Performance », *Journal of Political Economy*, vol. 104/4, pp. 724-746. [55]
- OCDE (2021), « Le dynamisme des entreprises pendant la pandémie de COVID-19 : quelles politiques pour une reprise inclusive ? », https://read.oecd-ilibrary.org/view/?ref=1094_1094584-qns3qv455u&title=Le-dynamisme-des-entreprises-pendant-la-pandemie-de-COVID-19-Quelles-politiques-pour-une-reprise-inclusive. [32]
- OCDE (2021), « Workshop on Methodologies to Measure Market Competition », <https://www.oecd.org/daf/competition/workshop-on-methodologies-to-measure-market-competition.htm>. [56]
- OCDE (2019), « Les barrières à la sortie », *Note de réflexion*, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2019\)15/fr/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2019)15/fr/pdf). [88]
- OCDE (2018), « Labor Market Concentration », *Issues Note*, <https://www.oecd.org/daf/competition/workshop-on-methodologies-to-measure-market-competition.htm>. [57]
- OCDE (2018), « Summary of the Workshop on Cartel Screening in the Digital Era », [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/M\(2018\)3/en/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP/M(2018)3/en/pdf). [73]
- OCDE (2017), « L'actionnariat institutionnel commun et son impact sur la concurrence », *Note de référence*, [https://one.oecd.org/document/DAF/COMP\(2017\)10/fr/pdf](https://one.oecd.org/document/DAF/COMP(2017)10/fr/pdf). [16]
- OCDE (2013), « Enquêtes d'office relatives aux ententes et sur l'utilisation de filtres pour détecter les ententes », *Note de référence*, [https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP\(2013\)14&docLanguage=Fr](https://www.oecd.org/officialdocuments/publicdisplaydocumentpdf/?cote=DAF/COMP(2013)14&docLanguage=Fr). [72]
- OCDE (2012), « Market Definition », *Background Note, Policy Roundtables*, <https://www.oecd.org/daf/competition/Marketdefinition2012.pdf>. [22]
- OFT (2007), « Productivity and Competition: An OFT Perspective on the Productivity Debate », <https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140525130123/http://www.of.gov.uk/OFTwork/research/economic-research/completed-research#named8>. [78]

- OFT (2005), « Predicting Cartels », *Economic Discussion Paper*, [76]
<https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140525130123/http://www.of.gov.uk/OFTwork/research/economic-research/completed-research#named8>.
- OFT (2004), « Empirical Indicators for Market Investigations », [75]
<https://webarchive.nationalarchives.gov.uk/20140525130123/http://www.of.gov.uk/OFTwork/research/economic-research/completed-research#named8>.
- Panzar, J. et J. Rosse (1987), « Testing for « Monopoly » Equilibrium », *The Journal of Industrial Economics*, vol. 35/4, pp. 443-456. [48]
- Panzar, J. et J. Rosse (1982), « Structure, Conduct and Comparative Statistics », *Bell Laboratories Economic Discussion Paper*. [47]
- Peltzman, S. (1977), « The Gains and Losses from Industrial Concentration », *Journal of Law and Economics*, vol. 20, pp. 229-263. [21]
- Petit, L. (2012), « The Economic Detection Instrument of the Netherlands Competition Authority: The Competition Index », *NMa Working Paper*. [74]
- Philippon, T. (2019), *How America Gave Up on Free Markets*, Harvard University Press. [59]
- Raval, D. (2020), « Testing The Production Approach to Markup Estimation », [44]
[http://dx.doi.org/Raval, Devesh, Testing the Production Approach to Markup Estimation \(21 octobre 2020\), http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3324849](http://dx.doi.org/Raval, Devesh, Testing the Production Approach to Markup Estimation (21 octobre 2020), http://dx.doi.org/10.2139/ssrn.3324849).
- Robinson, J. (1933), *The Economics of Imperfect Competition*, Macmillan New York. [83]
- Rosse, J. et J. Panzar (1977), « Chamberlin us Robinson: An Empirical Test for Monopoly Rents », *Bell Laboratories Economic Discussion Paper*. [46]
- Rossi-Hansberg, E., P. Sarte et N. Trachter (2018), « Diverging Trends in Nations at Local Concentration », *CEPR Discussion Paper* 13174. [66]
- Shaffer, S. (2004), « Comment on « What Drives Bank Competition? Some International Evidence » », *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 36/3, pp. 585-592. [51]
- Shaffer, S. (1983), « The Rosse-Panzar Statistic and the Lerner Index in the Short Run », *Economic Letters*, vol. 11, pp. 175-178. [49]
- Shaffer, S. et L. Spierdijk (2013), « Duopoly Conduct and the Panzar-Rosse Revenue Test », *Working Paper*. [50]
- Smith, A. (1776), « The Wealth of Nations ». [82]
- Song, J. et al. (2019), « Firming Up Inequality », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 134, pp. 1-50. [69]
- Stiglitz, J. (1989), « Imperfect Information in the Product Market », *Handbook of Industrial Organisation*, vol. 1, pp. 769-847. [38]
- Stiglitz, J. (1987), « Competition and the Number of Firms in a Market: Are Duopolies more Competitive than Atomistic Markets? », *The Journal of Political Economy*, vol. 95/5, pp. 1041-1061. [37]

- Sutton, J. (1998), *Technology and Market Structure: Theory and History*, The MIT press, Cambridge MA. [25]
- Sutton, J. (1991), *Sunk Costs and Market Structure: Price Competition, Advertisement and the Evolution of Concentration*, The MIT press, Cambridge MA. [24]
- Syverson, C. (2019), « Macroeconomics and Market Power: Context, Implications, and Open Questions », *Journal of Economic Perspectives*, pp. 23-43. [43]
- Tambe, P. et al. (2020), « Digital Capital and Superstat Firms », *NBER Working Paper Series* 28285. [7]
- The Economist Magazine (2016), *Deregulation and Competition: A Lapse in Concentration*. [60]
- Valetti, T. et al. (2017), « Concentration Trends in Europe », *Presentation, Commission européenne*, https://ecp.crai.com/wp-content/uploads/2017/12/Valletti-Concentration_Trends_TV_CRA-002.pdf. [30]
- Vickers, J. (1995), « Concepts of Competition », *Oxford Economic Papers*, vol. 47/1, pp. 1-23. [81]
- Vitale, C., C. Moiso et I. Wanner (2020), « OECD Product Market Regulation: A Detailed Explanation of the Methodology used to build the OECD PMR Indicators », https://www.oecd.org/economy/reform/A%20detailed%20explanation%20of%20the%20methodology%20used%20to%20build%20the%20OECD%20PMR%20indicators_FINAL_210217_1640.PDFO.pdf. [27]
- Werden, G. (1998), « The Divergence of SIC Industries from Antitrust Markets: Some Evidence from Price Fixing Cartels », *Economic Letters*, vol. 28/2, pp. 193-197. [61]
- Werden, G. et L. Froed (2018), « Don't Panic: A Guide to Claims of Increasing Concentration », *Antitrust Magazine*. [62]