

DIRECTION DES AFFAIRES FINANCIÈRES ET DES ENTREPRISES

COMITÉ DE LA CONCURRENCE

Concurrence et inflation

Note de référence du Secrétariat

Ce document a été rédigé par le Secrétariat de l'OCDE et servira de référence lors de la 139^e réunion du Comité de la concurrence de l'OCDE qui aura lieu les 29 et 30 novembre 2022.

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

D'autres documents sur ce sujet sont disponibles à l'adresse suivante :
<https://www.oecd.org/fr/concurrence/competition-and-inflation.htm>

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

JT03507631

Concurrence et inflation*

L'inflation s'accéléralant dans l'ensemble de la zone OCDE, une analyse des interactions entre la concurrence et l'inflation vient à point nommé. Cette note de référence examine plusieurs aspects de ces interactions.

Premièrement, elle étudie comment la concurrence contribue à faire baisser l'inflation, bien qu'elle ne constitue pas un outil efficace pour lutter contre l'inflation à court terme. Elle explique pourquoi la concurrence est importante pour une inflation optimale et résume certaines des données empiriques qui attestent cette relation.

Elle examine ensuite comment l'inflation influe sur la concurrence, par exemple en créant des conditions permettant aux entreprises de se coordonner ou en augmentant les coûts de recherche pour les consommateurs.

Enfin, elle analyse les conséquences des périodes de forte inflation pour les autorités de la concurrence, et constate que même si leur travail restera inchangé pour l'essentiel, celles-ci doivent avoir conscience des menaces potentielles pour la concurrence, notamment celles qui peuvent émaner des interventions publiques et de la coordination des entreprises.

* Ce document a été rédigé par Richard May, de la Division de la concurrence de l'OCDE, et a bénéficié des commentaires et contributions de : Renato Ferrandi, Yosuke Jin, Antonio Capobianco et Ori Schwartz, de la Division de la concurrence de l'OCDE.

Table des matières

Concurrence et inflation*	2
1. Introduction	4
2. Effet de la concurrence sur l'inflation	6
2.1. Introduction à l'inflation	6
2.2. Comment la concurrence influe-t-elle sur l'inflation ?	8
2.3. Accentuation de l'inflation par de faibles niveaux de concurrence	10
2.4. Relation à plus long terme	13
2.5. Résumé	15
3. L'inflation engendre-t-elle des risques pour la concurrence ?	16
3.1. Effets de la concurrence sur l'inflation	16
3.2. Réaction des entreprises à l'inflation	17
3.3. Modes de décision des consommateurs en période d'inflation	20
4. Quelles mesures les autorités de la concurrence peuvent-elles prendre en période d'inflation ?	22
4.1. Pertinence de la politique de la concurrence dans la lutte contre l'inflation	22
4.2. Comment les autorités doivent-elles appréhender les périodes de forte inflation ?	25
4.3. Application du droit de la concurrence	29
4.4. Considérations pratiques	32
5. Conclusion	34
Notes de fin	36
Bibliographie	41

GRAPHIQUES

No table of figures entries found.

ENCADRÉS

No table of figures entries found.

1. Introduction

1. La recherche en macroéconomie s'intéresse depuis longtemps à l'inflation et à ses causes. En général, les acteurs de la politique de la concurrence ou du droit de la concurrence ne s'attendent pas à être interrogés sur l'inflation. Pourtant, même si la politique ou le droit de la concurrence n'est peut-être pas le premier domaine vers lequel on s'intéresserait pour mieux comprendre l'inflation, il existe des associations évidentes et anciennes entre les deux sujets.

2. Ainsi, il y a plus de 50 ans, le Conseil de l'OCDE adoptait une recommandation appelant à faire mieux respecter le droit de la concurrence dans le cadre de la lutte contre l'inflation¹. Comme l'inflation élevée et persistante semblait appartenir au passé, cette recommandation, jugée obsolète, a été abrogée il y a un peu plus de cinq ans.

3. Pourtant, après des années de modération et de stabilité dans la plupart des pays de l'OCDE, on observe aujourd'hui une accélération de l'inflation dans de nombreux pays. En effet, le pourcentage de variation des prix en glissement annuel dans les pays de l'OCDE a frôlé les 10 % au 2^e trimestre de 2022², alors que la variation annuelle moyenne des prix a été inférieure à 2 % entre 2016 et 2020 dans l'ensemble de la zone OCDE. Plusieurs facteurs contribuent indéniablement à ce phénomène, parmi lesquels les effets de la pandémie de COVID-19 sur l'offre et la demande et l'invasion de l'Ukraine par la Russie.

4. En période de hausse des prix, les responsables politiques et les médias tendent à faire pression sur les autorités nationales de la concurrence pour qu'elles interviennent (OCDE, 2012^[1]). C'est pourquoi il est aujourd'hui opportun d'examiner la relation entre concurrence et inflation.

5. La concurrence affecte les résultats de certains marchés géographiques et de produits, une concurrence inefficace permettant aux fournisseurs d'augmenter les prix au-dessus des niveaux concurrentiels. Un recul de la concurrence intervenant sur de nombreux marchés d'une économie pourrait entraîner une hausse générale des prix. L'inflation, quant à elle, ne mesure pas si les prix sont élevés³, elle mesure généralement la variation annuelle en pourcentage des prix moyens d'une économie. Des prix élevés mais stables signalent une inflation modérée et, inversement, des prix compétitifs avec des chocs d'offre réguliers pourraient entraîner une inflation élevée.

6. Pourtant, la possible contribution de problèmes de concurrence à la récente accélération de l'inflation fait l'objet d'un débat. Certains font valoir que les problèmes de concurrence ont contribué à cette accélération, pointant les niveaux croissants de concentration et des marges bénéficiaires, tandis que d'autres, estimant que la concurrence ne peut jouer qu'un rôle mineur dans l'inflation, avancent que même s'il existe un problème général de concurrence, il ne saurait être considéré comme une cause significative de la crise en cours. Par bien des aspects, ce débat dépasse la récente hausse de l'inflation et pose la question de l'existence de problèmes systématiques de concurrence dans de nombreux pays.

7. Ce document examine ces questions sans trop s'étendre sur l'état général de la concurrence, qui mérite une analyse à part entière. Il distingue deux questions liées, mais séparées : premièrement, le niveau de la concurrence joue-t-il un rôle dans l'inflation et si oui, lequel ? Deuxièmement, quelles sont les implications d'un contexte inflationniste pour la politique et les autorités de la concurrence⁴ ? Ce document étudie également si un contexte inflationniste engendre des risques pour le processus concurrentiel. Dans l'affirmative, cela pourrait aider les autorités à prévenir un recul de la concurrence susceptible d'accroître encore la hausse des prix.

8. Bien que le Comité de la concurrence de l'OCDE n'ait pas directement examiné ces questions jusqu'ici, des sujets analogues ont été abordés dans le cadre des discussions sur la concurrence et la volatilité des prix des matières premières lors du Forum mondial sur la concurrence de 2012, quoique dans le contexte de la formation des prix des matières premières plutôt que de l'inflation générale (OCDE, 2012^[1]). Certains aspects ont été également abordés lors des discussions du Comité de 2013 sur la concurrence dans le secteur agroalimentaire (OCDE, 2013^[2]).

9. Ce document est structuré comme suit : la première section examine les effets de la concurrence sur le niveau de l'inflation. Bien que la rédaction de ce document n'ait pas été directement déclenchée par l'inflation actuelle, cette section commence par un exposé des récents développements et se poursuit par une analyse plus générale de la relation entre la concurrence et l'inflation.

10. La section suivante examine la relation inverse, à savoir les effets de l'inflation sur le processus concurrentiel, et plus particulièrement les mécanismes par lesquels l'inflation peut créer des risques de distorsions concurrentielles ou générer d'autres facteurs à prendre en compte par les autorités lorsqu'elles analysent la concurrence.

11. Enfin, bien que le débat relatif à la contribution des problèmes de concurrence aux niveaux élevés de l'inflation observés actuellement suscite un vif intérêt, une inflation élevée pose des défis dont les autorités de la concurrence doivent tenir compte. C'est pourquoi la dernière section de ce document examine si les autorités de la concurrence peuvent réagir aux niveaux élevés de l'inflation et par quels moyens, notamment les actions de sensibilisation qu'elles peuvent souhaiter mener ainsi que la redéfinition de leurs priorités en matière d'application du droit de la concurrence.

2. Effet de la concurrence sur l'inflation

12. Cette section examine l'influence de la concurrence sur le niveau global de l'inflation, tant à court terme qu'à long terme. Étant donné la conjoncture actuelle, il est naturel de chercher à savoir dans quelle mesure la récente hausse de l'inflation peut être attribuée à des problèmes de concurrence. Cependant, une part importante du débat autour de la contribution éventuelle de problèmes de concurrence à l'augmentation de l'inflation tourne autour de l'existence éventuelle d'un problème général de concurrence. Le but de ce document n'est pas de tirer des conclusions définitives sur ce sujet, car il mériterait une analyse approfondie. Cette question n'est donc traitée que brièvement.

13. Cette section introduit la notion d'inflation avant de donner un aperçu de la situation actuelle. Elle aborde ensuite les causes des tendances inflationnistes récentes, avant d'examiner plus généralement le rôle de la concurrence dans l'inflation sur un horizon plus long.

2.1. Introduction à l'inflation

14. L'inflation mesure la variation du niveau général des prix d'une économie ; elle reflète le phénomène de la perte de valeur tendancielle de la monnaie nominale. Elle est généralement mesurée par la variation en glissement annuel du niveau moyen des prix dans une économie.

15. L'inflation peut être considérée comme transitoire si elle se dissipe rapidement, par exemple si les prix se stabilisent après une forte hausse passagère, alors que l'inflation persistante est plus tenace et se caractérise par des hausses durables des prix. Une inflation persistante peut s'enraciner dans les anticipations des acteurs économiques et créer ainsi les conditions de sa propre réalisation. À titre d'exemple, une augmentation ponctuelle des prix due à un fléchissement de la concurrence consécutif à une fusion créerait de l'inflation dans l'année de l'opération et s'estomperait par la suite. L'augmentation des prix est un impact ponctuel sur l'inflation⁵.

16. L'inflation est un concept macroéconomique plus que microéconomique, elle concerne le niveau général des prix et la valeur de l'argent plutôt que les prix sur des marchés précis. On considère habituellement que la politique monétaire et, dans une moindre mesure, la politique budgétaire sont les principaux leviers d'action pour contrôler l'inflation, de nombreux États chargeant leurs banques centrales d'atteindre des objectifs d'inflation⁶.

17. Les causes de l'inflation sont étudiées depuis longtemps et ont été une source de discordance historique entre les tenants des différents courants de la pensée économique. L'orthodoxie économique actuelle considère l'inflation comme une fonction de la production et des anticipations futures, dans une relation appelée courbe de Phillips, tout en reconnaissant des différences entre les causes à court terme et à long terme. Il est rare que le niveau de concurrence soit évoqué dans les débats concernant les niveaux d'inflation, tout au moins directement⁷. À plus long terme en particulier, le consensus économique est que la masse monétaire est un déterminant clé de l'inflation, et des données empiriques mettent en évidence les effets de la masse monétaire sur l'inflation (Haug et Dewald, 2004^[3]).

18. Puisque l'inflation concerne la variation du niveau général des prix, elle doit être estimée sur la base des prix dans l'ensemble d'une économie⁸. Elle n'est pas facile à mesurer, car il faut surmonter des problèmes conceptuels et pratiques (Siklos et al., 2018^[4])⁹. Ces questions dépassent le champ de ce document.

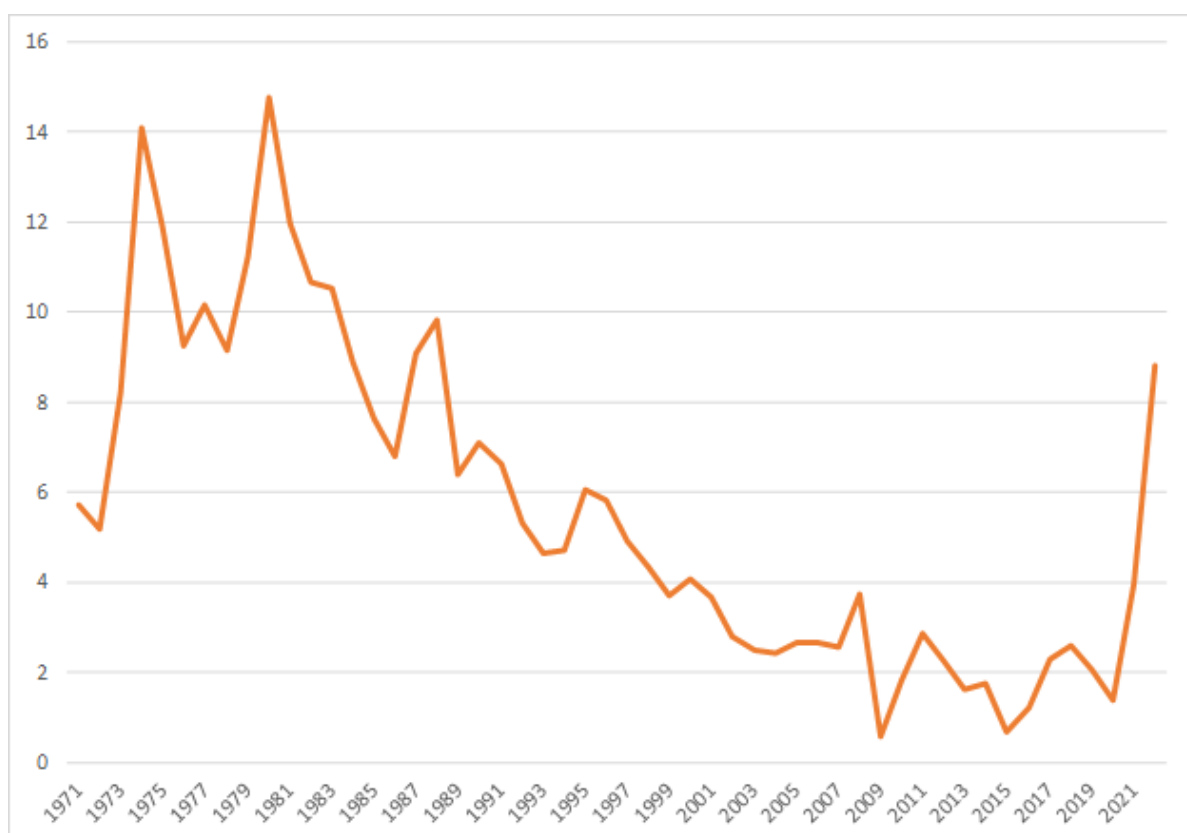
19. Bien qu'elle soit souvent jugée souhaitable lorsqu'elle est stable et modérée, l'inflation peut avoir des effets négatifs sur l'économie si elle reste trop forte pendant des périodes prolongées ; elle peut par exemple nuire à la croissance économique et réduire les investissements des entreprises (Cizkowicz et Rzońca, 2013^[5]). Elle peut aussi avoir des effets préjudiciables à la redistribution des richesses (Siklos et al., 2018^[4]).

20. Il est important de différencier l'inflation d'une crise du coût de la vie. Bien que l'inflation puisse engendrer une crise du coût de la vie, cette dernière peut survenir indépendamment d'une inflation élevée, par exemple si quelques marchés clés subissent des chocs sur l'offre et voient les prix augmenter (OCDE, 2012^[1]), (OCDE, 2013^[2]). De même, il peut arriver que des périodes de forte inflation n'engendrent pas de crise du coût de la vie, par exemple si la croissance des salaires est supérieure ou égale à l'inflation¹⁰.

2.1.1. Évolution récente de l'inflation

21. Bien que ce document ne se prête pas à une analyse détaillée de la récente accélération de l'inflation, il est difficile d'en faire abstraction. Comme l'indique le Graphique, l'inflation moyenne dans la zone OCDE a nettement augmenté au cours des douze derniers mois environ pour atteindre des records depuis plus de 30 ans.

Graphique 1. Taux d'inflation moyen dans la zone OCDE



Notes : le nombre de pays membres de l'OCDE a changé au fil du temps, de sorte que la variation du taux d'inflation moyen illustre aussi ces variations de la composition, outre les fluctuations nationales.

Source : OCDE (2022), Prix : Prix à la consommation, Principaux indicateurs économiques (base de données), https://www.oecd-ilibrary.org/fr/economics/data/prix/prix-a-la-consommations-base-de-donnees-complete_20a321db-fr. (consulté le 30 septembre 2022).

22. Si le profil de l'inflation se dégage clairement à l'échelle de la zone OCDE, il masque des expériences nationales très différentes. Ainsi, au deuxième trimestre 2022, la variation des prix en glissement annuel dans les pays de l'OCDE était comprise entre 3 % et 74.1 %, la médiane s'établissant à 7.9 %. Néanmoins, plusieurs facteurs mondiaux et régionaux semblent en partie à l'origine des récentes hausses de l'inflation.

23. Les causes immédiates d'une partie au moins des tendances inflationnistes actuelles paraissent évidentes. La pandémie de COVID-19 a engendré des perturbations dans le monde entier et a eu des effets considérables sur les chaînes d'approvisionnement mondiales. Les effets économiques ont conduit de nombreux gouvernements à prendre des mesures de soutien à la demande globale, qui pourraient avoir encore accentué les tensions inflationnistes. Vers la fin de 2021, de nombreux commentateurs prévoyaient que l'inflation alors très forte fléchirait rapidement, mais après être restée supérieure aux niveaux cible pendant un certain temps (OCDE, 2021^[6]). Cependant, l'invasion de l'Ukraine par la Russie en février 2022 et ses effets sur les marchés de l'énergie et des produits alimentaires, en particulier en Europe, ont clairement contribué à la hausse des prix (OCDE, 2022^[7]), (OCDE, 2022^[8]). Il est possible que la situation ait été aggravée par d'autres phénomènes, telles que les facteurs environnementaux comme la sécheresse ou des conditions météorologiques défavorables, ou encore la forte croissance de l'emploi.

24. Selon les dernières Perspectives économiques de l'OCDE, l'invasion de l'Ukraine a accentué les tensions inflationnistes à un moment où elles étaient déjà élevées, les prévisions, bien que très incertaines, tablant sur un modeste repli de l'inflation globale en 2023, suivi d'une nouvelle baisse en 2024 (OCDE, 2022^[9]). Le document soulève la nécessité de relever les taux d'intérêt dans toutes les grandes économies pour ramener l'inflation sous contrôle (OCDE, 2022^[9]).

25. Cependant, plusieurs commentateurs ont fait valoir que la récente accélération de l'inflation s'explique au moins en partie par une concurrence insuffisante, ou par le pouvoir de fixation des prix des entreprises¹¹. Une grande partie de ce débat s'est déroulée dans les médias. Mais de l'avis général, il semble que la concurrence n'ait pas été un facteur moteur du contexte inflationniste actuel. De nombreux économistes, mais pas tous, semblent douter que la concurrence soit la cause fondamentale de la forte inflation actuelle¹². À titre d'exemple, une enquête réalisée en janvier 2022 par la Chicago Booth University auprès d'un panel d'économistes aux États-Unis a constaté que la plupart ne souscrivaient pas à l'idée que la puissance de marché est inflationniste ou que la politique de la concurrence pourrait y remédier¹³.

26. Dans un document s'attachant à la concurrence et à l'inflation, une question intéressante est de savoir quelle part de la récente hausse peut être attribuée à la concurrence ou si le manque de concurrence a aggravé l'inflation.

2.2. Comment la concurrence influe-t-elle sur l'inflation ?

27. Comme mentionné précédemment, la concurrence affecte les prix sur des marchés spécifiques, tandis que l'inflation considère le niveau général des prix au sein d'une économie. Une concurrence inefficace induit des prix plus élevés, mais il ne s'ensuit pas que la hausse des prix résulte nécessairement d'une concurrence inefficace. Pour nourrir l'inflation, il faudrait une dégradation constante du niveau de concurrence de sorte que les prix continuent d'augmenter. En l'absence de chocs sur la demande et sur l'offre, les marchés concurrentiels auraient des prix compétitifs et stables, tandis qu'un monopole constant aurait des prix élevés mais également stables.

28. Pour prendre un exemple extrême, considérons une économie comptant un seul marché qui produit un seul bien. Dans ce monde, l'inflation pourrait être mesurée simplement par la variation des prix de ce bien. La concurrence pourrait influencer sur le prix si son intensité changeait ou si elle affectait les mécanismes de transmission des variations de l'offre et de la demande sur les prix. Si le marché devient un monopole aboutissant à une hausse du prix du bien, ce phénomène sera considéré comme de l'inflation dans la période suivante. Dans la période d'après, les prix ne changeront pas, car la concurrence sera stable, et l'inflation reviendra donc à zéro. À partir de là, l'inflation dépendra de la manière dont le détenteur du monopole répercute les variations de l'offre et de la demande sur les clients.

29. Cet exemple extrême distingue deux mécanismes par lesquels la concurrence pourrait agir sur l'inflation. Premièrement, une diminution de la concurrence dans l'ensemble de l'économie pourrait aboutir à de nombreuses hausses des prix, qui deviendraient ensuite de l'inflation. Deuxièmement, lorsque la concurrence influe sur le fonctionnement des marchés, elle contribue à une inflation plus forte ou plus faible. Autrement dit, au-delà de l'effet direct de la concurrence sur les prix, dans des univers parallèles où toutes choses sont égales par ailleurs hormis le niveau de concurrence, l'inflation serait-elle identique ?

30. La distinction entre ces deux mécanismes est importante parce qu'elle met en lumière le fait que même si la période d'inflation actuelle ne résulte pas de problèmes de concurrence, cela ne signifie pas qu'il n'est pas important de veiller à ce que l'économie soit concurrentielle pour maîtriser l'inflation à plus long terme. La concurrence peut être une condition nécessaire mais non suffisante pour la stabilité des prix.

31. Une autre relation entre l'inflation et la concurrence pourrait être un possible effet de rétroaction si l'inflation elle-même entraînait un recul de la concurrence, qui conduirait à son tour à de nouvelles hausses des prix systématiques. Ces considérations sont analysées en détail dans la section suivante, qui examine l'effet de l'inflation sur le fonctionnement de la concurrence, mais il convient de les garder à l'esprit ici.

32. La suite de la section est organisée comme suit : elle commence par examiner si des variations de la concurrence, ou de faibles niveaux de concurrence en général, peuvent expliquer la crise en cours. Par bien des aspects, ces questions ne concernent pas l'inflation en tant que telle mais l'efficacité de la politique de la concurrence. C'est pourquoi elles ne sont abordées que brièvement. Considérant ensuite la relation entre l'inflation et la concurrence plus généralement, cette section examine comment la concurrence pourrait affecter l'inflation globale et résume les données empiriques disponibles sur l'existence et l'ampleur potentielle de cet effet.

2.2.1. Assiste-t-on à un affaiblissement de la concurrence dans le monde ?

33. La littérature économique et d'autres commentateurs ont beaucoup débattu de la diminution perçue de la concurrence dans de nombreux pays développés au cours des dernières décennies, notamment de la concentration accrue des entreprises et de l'augmentation des marges.

34. Les indicateurs de la concurrence, dont la concentration fait partie, ne livrent pas de conclusion certaine sur l'intensité de la concurrence (OCDE, 2021_[10])¹⁴. La mesure de la concurrence n'est pas simple et pose de nombreuses difficultés méthodologiques. Des données indiquent néanmoins que les dernières décennies ont été marquées par un recul de la concurrence dans de nombreux pays et sur un large éventail d'indicateurs.

35. Ainsi, des données montrent que les marges moyennes ont augmenté aux États-Unis, passant d'environ 21 % en 1980 à 61 % en 2016 (De Loecker, Eeckhout et Unger, 2020_[11]). D'autre part, selon certaines analyses, la concentration et la rentabilité totale ont augmenté dans plusieurs grands pays d'Europe au cours des vingt dernières années, l'évolution étant comparable à l'expérience des États-Unis (Koltay, Lorincz et Valletti, 2022_[12]). Ce phénomène est observé dans plusieurs pays de l'OCDE, comme la Belgique (De Loecker, Fuss et Van Biesebroeck, 2018_[13]), et les recherches ont également constaté

une progression modérée de la puissance de marché depuis 2000 dans un large ensemble de pays (Fonds monétaire international, 2019^[14]) et (Calligaris, Criscuolo et Marcolin, 2018^[15]).

36. Comme indiqué plus haut, mesurer la concurrence n'est pas simple et les mesures de la concurrence doivent être analysées avec soin. Des données indiquent par exemple qu'une partie de la hausse des marges pourrait être attribuée à une moindre sensibilité des consommateurs au prix (Döpfer et al., 2022^[16]).

37. Ce débat est effectivement intéressant et sa conclusion sans aucun doute importante pour le champ plus large de la politique de la concurrence, de nombreux commentateurs, dont (Akçigit et al., 2021^[17]) parmi beaucoup d'autres, considérant que ce constat signale la nécessité d'importantes réformes. Mais fondamentalement, ce débat n'a pas sa place dans un document sur la concurrence et l'inflation qui, en dernier ressort, ne pourra pas lui rendre justice.

38. En outre, malgré le large champ des travaux de recherche, il est clair qu'une concentration accrue n'explique pas en elle-même la récente accélération de l'inflation. D'ailleurs, certains des travaux de recherche notés plus haut constatent une augmentation de la concentration très antérieure à l'accélération actuelle de l'inflation. La concentration a augmenté de manière progressive et ce qui ferait brusquement basculer la situation n'apparaît pas clairement. Pour qu'une variation du niveau de la concurrence soit directement la cause de l'augmentation actuelle des taux d'inflation dans le monde, il faudrait que le recul de la concurrence atteigne un point critique auquel les entreprises disposeraient soudainement d'une forte puissance de marché qui leur permettrait d'augmenter les prix simultanément. La survenue systématique d'un tel phénomène sur un si grand nombre de marchés différents paraît improbable¹⁵.

39. Néanmoins, même si nous acceptons que l'évolution du niveau de la concurrence n'explique pas directement les brusques hausses de l'inflation, cela ne signifie pas qu'il n'y a pas de relation significative entre les deux. Il faut garder à l'esprit que le niveau général de la concurrence est pertinent pour de nombreux aspects de l'effet de la concurrence sur l'inflation. Des travaux ont suggéré par exemple que la concentration croissante est un facteur amplificateur du contexte inflationniste actuel, et la suite de cette section analyse certaines des raisons qui pourraient l'expliquer (Bräuning et al., 2022^[18]).

2.3. Accentuation de l'inflation par de faibles niveaux de concurrence

40. Au-delà de ses effets directs sur l'inflation, la concurrence peut affecter, ou accentuer, l'inflation par deux mécanismes. Premièrement, le niveau de la concurrence peut influencer sur la répercussion à court terme des coûts sur les prix finaux. Ce mécanisme concerne les modalités de répercussion des chocs sur la demande et sur l'offre sur les prix et en dernier ressort sur l'inflation. Deuxièmement, la concurrence joue un rôle central dans le fonctionnement des marchés, et des marchés imparfaits peuvent altérer la détermination de l'inflation à plus long terme.

2.3.1. Concurrence et répercussion sur les prix

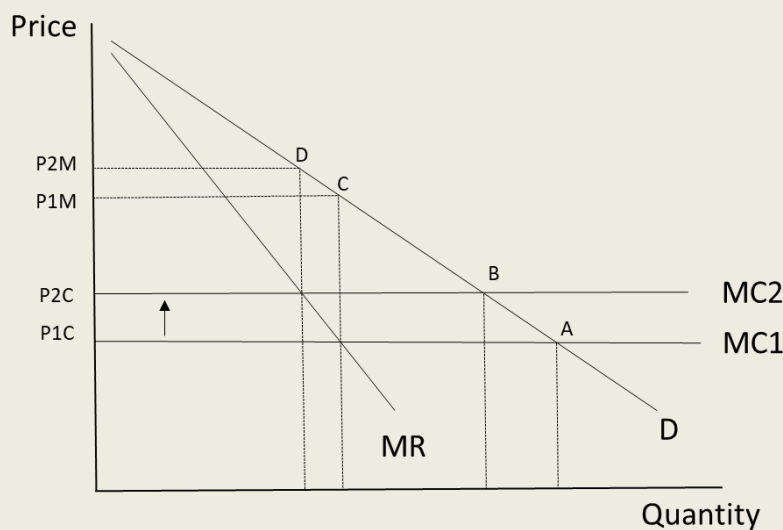
41. La répercussion correspond à la façon dont les entreprises transmettent les variations de coûts sur les prix. C'est une dynamique importante en contexte inflationniste, surtout lorsque l'inflation est tirée par le renchérissement d'intrants essentiels (comme l'énergie ou la distribution)¹⁶.

42. La relation entre répercussion et inflation peut être complexe. D'une part, une répercussion plus forte implique que les hausses de prix auront de nouveaux effets de contagion, par exemple parce que les prix plus élevés augmentent les coûts pour d'autres acteurs économiques qui relèvent ensuite leurs prix. Cependant, si la répercussion est immédiate, elle pourrait entraîner une hausse temporaire de l'inflation qui se dissipera rapidement tandis qu'un ajustement plus lent des prix à l'évolution des coûts engendrerait une inflation plus persistante. Ce ne serait pas le cas si les hausses de coûts entraînaient des baisses des marges au lieu d'être répercutées sur les prix.

43. Le mécanisme par lequel la concurrence influe sur le taux de répercussion est en théorie très simple. Dans les modèles théoriques, à l'extrême, toutes les hausses de coûts sont répercutées en situation de concurrence parfaite, alors que ce n'est pas le cas pour les détenteurs de monopole. L'Encadré résume certains de ces concepts de la théorie économique.

Encadré 2. Illustration simple de l'effet de la structure du marché sur la répercussion

Le graphique ci-dessous illustre l'effet d'une augmentation des coûts sur un marché avec une concurrence parfaite et un monopole. En situation de concurrence parfaite, les prix sont égaux au coût marginal (MC) et la quantité est fixée au niveau où MC répond à la demande (D). Pour le détenteur de monopole, la quantité est fixée à l'intersection entre le revenu marginal (MR) et MC, le prix étant fixé à D pour cette quantité.



En cas de choc sur les coûts, vu comme une augmentation du coût marginal de MC1 à MC2, les prix augmenteront à la fois en situation de concurrence parfaite et en situation de monopole. Pour la concurrence parfaite, l'équilibre passe de A à B et les prix augmentent de P1C à P2C. L'augmentation des prix reflète la hausse des coûts. Pour le détenteur de monopole, l'équilibre passe de C à D et les prix augmentent de P1M à P2M. Ici, la répercussion de la hausse des coûts dépend de l'intersection de MR et de MC, et non de la demande et de MC. La pente de MR étant plus forte que celle de la demande, la baisse de la quantité et du prix sera plus faible que dans le cas de la concurrence parfaite, au moins si la demande est linéaire. Intuitivement, alors que les entreprises en situation de concurrence parfaite ne réalisent aucun bénéfice et sont contraintes de répercuter l'intégralité de la hausse des coûts, le détenteur de monopole a déjà restreint la production pour abaisser les prix et doit s'efforcer de maximiser ses bénéfices dans les nouvelles conditions.

44. En réalité, la répercussion des variations de coûts sur les prix n'est pas simple et dépendra des circonstances (RBB Economics, 2014^[19]). Selon certains travaux, plus que la répercussion elle-même, c'est sa rapidité qui varie en fonction de l'intensité de la concurrence, certains auteurs suggérant que des marchés peu concurrentiels ajustent les prix plus lentement (Asplund et Friberg, 1998^[20]). Un ajustement plus lent des prix pourrait impliquer un impact plus faible, mais plus persistant, des chocs de l'offre sur l'inflation.

45. Cependant, un récent article de chercheurs de la Banque de la Réserve fédérale de Boston indique que les coûts sont davantage répercutés dans les secteurs d'activité où la concentration est forte

(Bräuning et al., 2022^[18]). Utilisant les données relatives aux chocs sur les coûts propres à certains secteurs pour tenir compte du fait que de nombreux chocs affectent à la fois les coûts et les prix, les auteurs examinent comment une variation du niveau de concentration sectorielle, mesuré par l'indice de Herfindahl-Hirschman, agit sur l'influence de ces chocs sur les prix. Leurs résultats indiquent que le taux de répercussion des chocs sur les coûts est nettement plus élevé dans les secteurs concentrés et plus précisément, qu'un recul de la concurrence semblable à leur estimation de l'augmentation de la concentration aux États-Unis entre 2005 et 2018 aboutit à une répercussion d'un choc sur les coûts supérieure de 25 points de pourcentage pendant neuf mois.

46. Ces travaux sont récents et ne concernent qu'un pays, mais ils attestent le rôle que la concurrence peut jouer dans la diminution des tensions inflationnistes au sein d'une économie. Une autre façon de considérer l'incidence de la répercussion est d'examiner la rentabilité des entreprises. Comme on peut s'y attendre compte tenu du caractère récent de la période d'inflation actuelle, les travaux empiriques sur l'effet des récentes hausses de l'inflation sur les niveaux généraux des bénéfices semblent assez rares. Comme indiqué plus haut, la mesure des bénéfices peut aussi poser des difficultés pratiques.

47. Plusieurs commentateurs ont suggéré que la croissance des bénéfices des entreprises représente une part importante de l'inflation actuelle¹⁷, souvent dans le contexte d'une réflexion sur les mesures à prendre par les pouvoirs publics face à l'inflation, par exemple, l'introduction de taxes sur les bénéfices exceptionnels. Cependant, selon certaines analyses, l'inflation a coïncidé avec une progression des marges, du moins aux États-Unis.

48. Ainsi, dans un récent article pour l'Institut Roosevelt, Mike Konzcal et Niko Lusiani analysent les données relatives aux marges bénéficiaires aux États-Unis et avancent que des données attestent que la puissance de marché a aussi été un facteur de l'inflation élevée, outre l'offre et la demande (Konzcal, Lusiani et Institute, 2022^[21]). Cela parce que, selon leur analyse, les données révèlent une forte hausse des marges de nombreuses entreprises en 2021. Les auteurs développent l'analyse réalisée par (De Loecker, Eeckhout et Unger, 2020^[11]) et constatent que 2021 détient le record des marges et des augmentations annuelles observées entre 1955 et 2021. Fait intéressant, l'analyse indique que les entreprises qui ont le plus augmenté leurs marges sont celles qui dégageaient les plus fortes marges avant les chocs économiques. Ce résultat implique que les prix pourraient avoir augmenté plus vite que les coûts, mais on ne sait pas s'il est temporaire et s'il serait constaté dans d'autres pays.

49. Il n'est pas simple de déterminer si les hausses de prix reflètent de réelles variations des coûts ou une augmentation des bénéfices. Il ressort de certaines enquêtes que de nombreuses entreprises aux États-Unis profitent peut-être de la période d'inflation actuelle pour augmenter leurs prix au-delà de ce qu'impose l'inflation (Digital.com, 2022^[22]). Bien que ces données soient assez fragmentaires, elles corroborent les données sur les bénéfices analysées plus haut, qui montrent que les prix augmentent plus vite que les coûts. En dehors de la puissance de marché, le coût élevé d'une modification des prix (également appelé coût d'étiquetage) pourrait être une explication. Dans ces circonstances, des hausses de prix supérieures au strict nécessaire pourraient s'expliquer par les anticipations des entreprises, qui prévoient une poursuite de l'inflation et souhaitent donc minimiser le nombre de révisions des prix qu'elles devront opérer.

50. L'analyse ci-dessus illustre les développements récents dans les travaux de recherche et s'intéresse à un pays, ce qui rend toute conclusion définitive prématurée. Néanmoins, elle conforte l'idée que même si les problèmes de concurrence n'ont pas contribué à l'augmentation actuelle de l'inflation, il est possible qu'ils l'aient quelque peu exacerbée.

2.4. Relation à plus long terme

51. Au-delà de l'accélération récente de l'inflation, qui porte nécessairement sur l'effet à court terme de la concurrence sur l'inflation, plusieurs éléments laissent à penser que la concurrence aura des conséquences sur l'inflation à plus long terme. Cette dernière section examine certains des mécanismes qui pourraient conduire à une telle situation avant d'analyser les données empiriques sur la relation entre concurrence et inflation.

2.4.1. Fonctionnement des marchés

52. La compétitivité générale des marchés pourrait avoir un effet sur l'inflation à plus long terme.

53. Les marchés concurrentiels fonctionnent mieux et devraient être plus flexibles. Grâce à cette flexibilité, ils sont disposés à ajuster leurs prix plus rapidement et sont en mesure de le faire, ce qui diminue la persistance de l'inflation, et ils peuvent substituer aussi les intrants, ce qui réduit les effets inflationnistes des chocs (Przybyla et Roma, 2005^[23]). Autrement dit, lorsque l'inflation entraîne une augmentation de la demande, l'offre globale doit se développer pour y répondre et les marchés concurrentiels seront mieux à même de le faire que des marchés peu concurrentiels.

54. En outre, les chaînes d'approvisionnement concentrées du fait d'une moindre concurrence sont généralement plus fragiles et plus exposées aux chocs. Ainsi, de nombreux commentateurs ont fait valoir que la pandémie de COVID-19 a illustré ce phénomène, les perturbations ayant permis aux entreprises de dégager des marges plus élevées¹⁸.

55. Un autre effet connexe à long terme de la concurrence sur l'inflation est l'augmentation de la productivité et de l'innovation qui résulte d'une concurrence plus vive (Ahn, 2002^[24]). La croissance de la productivité et les niveaux d'innovation élevés réduiront l'inflation à plus long terme, ce qui accroîtra la capacité des économies à produire davantage avec moins, créant des tendances baissières sur les prix.

2.4.2. Concurrence et politique monétaire

56. La concurrence peut également interagir avec la politique en matière d'inflation, et en particulier la politique monétaire. Il existe deux grands modes d'interaction avec la politique monétaire, qui reposent sur une partie du mécanisme expliqué dans la section précédente, essentiellement qu'une concurrence imparfaite influe sur l'efficacité et l'efficacé des marchés et, par extension, sur le fonctionnement de l'économie.

57. Le premier mode d'interaction est souvent appelé « théorie de l'incohérence dynamique » (Przybyla et Roma, 2005^[23]). Une concurrence faible réduit la production globale des entreprises ; les banques centrales s'efforcent alors d'accroître la production en cherchant à stimuler la croissance économique par une politique monétaire expansionniste, au prix d'une inflation plus forte. Ce phénomène est également appelé « dérive inflationniste » (Chen, Imbs et Scott, 2004^[25]). L'idée fondamentale de cette théorie est qu'une concurrence plus vive dans l'ensemble de l'économie accroît la production, ce qui réduit l'écart entre le niveau d'équilibre effectif de la production et le meilleur niveau qu'il est possible d'atteindre. Ainsi, dans ce modèle, si la concurrence s'intensifie, la dérive inflationniste inhérente à la recherche de l'augmentation de la production devrait être plus faible, et inversement.

58. Deuxièmement, des recherches indiquent aussi qu'une concurrence insuffisante, qui pourrait accroître le nombre de grandes entreprises, réduit l'impact de la politique monétaire dans la maîtrise du taux d'inflation d'une économie (Romain Duval et al., 2021^[26]). Examinant les données de 15 pays avancés, ces travaux ont étudié la réaction des entreprises à des chocs de politique monétaire et constaté que les grandes entreprises sont moins sensibles à la politique monétaire. Les auteurs suggèrent que le mécanisme est mu par les grandes entreprises ou par celles qui ont une forte puissance de marché, qui

sont moins sensibles aux variations du coût du financement extérieur et donc moins réactives aux variations des taux d'intérêt. En conséquence, si un moindre niveau de concurrence augmente le nombre de grandes entreprises, la capacité des banques centrales à utiliser la politique monétaire pour contrôler l'inflation s'en trouvera diminuée.

2.4.3. Estimations empiriques des effets de la concurrence sur l'inflation

59. Après avoir examiné la base sur laquelle la concurrence pourrait influencer sur l'inflation, cette section cherche à déterminer si des données empiriques confortent l'idée que la concurrence est pertinente pour analyser l'inflation. De nombreuses données empiriques confirment la contribution de la concurrence au niveau d'inflation. Ce domaine de recherche a donné lieu à de nombreux travaux, qui sont examinés ci-dessous.

60. L'estimation du lien entre concurrence et inflation pose indéniablement des difficultés. La première est liée aux données, et notamment à la mesure de la concurrence, comme on l'a vu plus haut ; une autre est la détermination de la causalité de la relation, à savoir si c'est la concurrence qui a un effet sur l'inflation ou l'inverse. Cette question est particulièrement pertinente, compte tenu de l'analyse présentée dans la section suivante. En outre, la plupart des études examinées ci-dessous cherchent à neutraliser les autres facteurs susceptibles d'influer sur l'inflation, notamment la politique monétaire, mais il est possible que d'autres facteurs dont les modèles ne rendent pas compte aient un effet sensible sur l'inflation¹⁹.

61. En 2003, (Cavelaars, 2003_[27]) a analysé la relation entre l'inflation moyenne et la concurrence, mesurée par les marges et les indicateurs de régulation des marchés de produits de l'OCDE, pour 21 pays entre 1988 et 2000. Il constate que les variables potentielles de la concurrence ont toutes deux des effets significatifs sur le niveau tendanciel de l'inflation et qu'il existe une relation négative significative entre l'inflation moyenne et la concurrence sur la période, bien que la relation estimée soit plus forte pour les marges que pour l'indicateur de régulation économique. Il en résulte que plus la concurrence est forte, plus l'inflation est faible.

62. Ces constats sont étayés par d'autres études qui révèlent une relation similaire entre les taux d'inflation moyens et la concurrence. D'autres recherches portant sur les États-Unis constatent qu'une variable représentative de la concurrence sur les marchés de produits a un effet négatif sur l'inflation (Duca et VanHoose, 2000_[28]). (Przybyla et Roma, 2005_[23]) obtiennent des résultats similaires pour les pays de l'Union européenne entre 1980 et 2001 ; ils démontrent les relations entre un ensemble plus large d'indicateurs de la concurrence et étendent même l'analyse aux données sectorielles nationales. De même, (Janger et Schidt-Dengler, 2010_[29]) constatent un lien négatif fort entre l'inflation et l'intensité de la concurrence, tout en relevant qu'une modification intuitive de l'intensité de la concurrence aura probablement peu d'effet si d'autres facteurs signalent des pressions haussières sur l'inflation. D'autres recherches concluent également à une relation analogue pour un ensemble plus large de pays sur la période 2008-2011 (Hosny, 2014_[30]).

63. D'autres travaux ont tiré des conclusions comparables dans le cadre d'une étude concernant les effets sur l'inflation d'une mondialisation accrue et d'une plus grande ouverture aux échanges, et de l'intensification de la concurrence qui en résulte sur les marchés de produits. Des recherches de l'OCDE indiquent que l'intégration avec les chaînes d'approvisionnement mondiales réduit les tensions inflationnistes (Andrews, Gal et Witheridge, 2018_[31]). Dans un autre exemple, (Chen, Imbs et Scott, 2004_[25]) testent la relation entre les prix, l'ouverture aux échanges et les marges pour huit pays européens et constatent un effet déflationniste positif pour l'ouverture aux échanges. Partant de ces résultats, ils font valoir que l'ouverture aux échanges pourrait expliquer jusqu'à un quart de la baisse de l'inflation observée en Europe dans les années 90. Une partie de cet effet pourrait être attribuée à une réduction ponctuelle des niveaux de concurrence, assimilable à un choc ponctuel, qui serait l'inverse de l'analogie de la fusion avec le monopole examinée à la section 2.2.

2.5. Résumé

64. Lorsqu'on examine la relation entre concurrence et inflation, il faut garder à l'esprit que la dynamique de l'inflation est complexe et qu'il n'est sans doute pas indispensable que les autorités de la concurrence en comprennent tous les mécanismes. Néanmoins, puisque l'inflation augmente, il est intéressant d'examiner la contribution de la concurrence à cette évolution.

65. Bien que des données indiquent qu'un recul de la concurrence pourrait être à l'œuvre à l'échelle mondiale, cette évolution n'est pas, en elle-même, la cause principale de l'inflation actuelle, du moins pas directement. Cependant, la concurrence pourrait avoir joué un rôle mineur en accentuant les tensions inflationnistes, des travaux récents suggérant qu'un recul de la concurrence pourrait être responsable de taux plus élevés de répercussion des coûts et des bénéfices des entreprises, ce qui accentue une partie des tensions inflationnistes. Il semble qu'il existe au moins un argument selon lequel l'inflation pourrait être plus faible si les marchés étaient plus concurrentiels, mais il est difficile de dire si cet effet serait significatif et dans quelle mesure les marchés devraient être plus concurrentiels pour constater une différence. Globalement, il semble difficile d'arguer que l'effet serait substantiel, en particulier à court terme, compte tenu de l'importance des facteurs extérieurs.

66. Au-delà du contexte inflationniste actuel, des marchés concurrentiels sont essentiels au bon fonctionnement des économies, notamment par leur contribution à une moindre inflation. Cette relation est étayée par de nombreuses études empiriques et plusieurs théories expliquent ce mécanisme, notamment des marchés flexibles plus productifs et une politique monétaire plus efficace, moins génératrice de distorsions. Il semble qu'il existe une base solide pour penser qu'un soutien à des marchés concurrentiels aura un effet bénéfique global sur l'inflation.

67. Notons toutefois que cette relation n'implique pas que la concurrence est un facteur déterminant de l'inflation et, c'est peut-être l'essentiel, qu'elle se concentre sur la relation à long terme entre les deux. Une amélioration de la concurrence devrait conduire à une baisse de l'inflation, mais des marchés concurrentiels ne garantiront pas par eux-mêmes une inflation modérée.

3. L'inflation engendre-t-elle des risques pour la concurrence ?

68. La section précédente examine l'effet que l'intensité de la concurrence peut avoir sur le niveau de l'inflation. Lorsqu'on considère les liens entre concurrence et inflation, il est naturel d'examiner également la relation inverse, à savoir la mesure dans laquelle l'inflation affecte le niveau de concurrence.

69. Il est important que les autorités de la concurrence comprennent les menaces qui pèsent sur la concurrence dans leur pays. L'inflation a été faible et stable pendant des années dans de nombreux pays ; la récente accélération représente donc un changement significatif. Cette section examine si ce changement pourrait engendrer des risques pour la concurrence dont les autorités de la concurrence doivent être conscientes. Elle n'aborde pas la réaction que doivent avoir les autorités, qui fera l'objet de la dernière section.

70. L'inflation concerne les prix, qui sont souvent un déterminant clé de la demande de produits, et donc un paramètre fondamental pris en compte par les entreprises. C'est pourquoi l'inflation peut avoir une influence sur la concurrence.

71. La section commence par analyser les effets généraux de l'inflation sur la concurrence. Elle considère ensuite l'effet de la concurrence sur les marchés individuels sous deux angles. Premièrement, elle examine l'influence possible de l'inflation sur la manière dont les entreprises ajustent leur offre pour faire face à leurs concurrents. Deuxièmement, elle analyse l'effet possible de l'inflation sur la capacité des consommateurs à traiter l'information sur les prix et donc son effet indirect sur la manière dont les entreprises se font concurrence.

3.1. Effets de la concurrence sur l'inflation

72. Comme indiqué précédemment, le prix est un important paramètre de la concurrence sur la plupart des marchés et l'inflation modifie la dynamique des prix. En période de forte inflation, les prix nominaux doivent changer rapidement afin d'éviter de fortes baisses des prix réels²⁰. Cette considération peut s'immiscer dans une dynamique essentielle de la concurrence, à savoir la manière dont les entreprises fixent leurs prix pour gagner des clients. Comme mentionné plus haut, cette section considère deux modes d'interaction avec l'inflation.

73. Premièrement, les prix changeant fréquemment, les entreprises ont plus de difficultés à connaître les prix facturés par leurs concurrents²¹. Cette situation pourrait conduire les entreprises à fixer des prix trop bas pour maximiser leurs bénéfices, mais dans d'autres circonstances, elle pourrait aussi affecter la probabilité d'actions coordonnées des entreprises. Une forte inflation pourrait soit faire obstacle aux ententes entre des entreprises concurrentes, soit offrir une couverture parfaite pour aligner et augmenter les prix ensemble²².

74. La technologie pourrait aussi avoir un effet sur la capacité des entreprises à maintenir des résultats coordonnés en période de forte inflation, les algorithmes pouvant faciliter le suivi opéré par les entreprises et leur réaction aux entreprises sur certains marchés (OCDE, 2017^[32]). Les prix changeant fréquemment,

il pourrait être surprenant que les prix des concurrents se suivent de très près, ce qui pourrait indiquer que la technologie facilite des mouvements synchronisés.

75. Deuxièmement, la réactivité des consommateurs aux variations de prix, l'élasticité-prix de la demande, dépend de la perception qu'ils ont de l'offre de l'entreprise considérée comparativement aux autres. Les prix nominaux changeant fréquemment, les consommateurs peuvent avoir plus de difficultés à situer les prix d'une entreprise par rapport à ceux de ses concurrents. Dans ce cas, l'entreprise sera incitée à augmenter encore ses prix car elle pourra réaliser des bénéfices plus élevés sur chaque vente avec un moindre risque de perdre des consommateurs.

76. Tous ces effets semblent agir dans différentes directions. Contrairement aux études sur l'effet à plus long terme de la concurrence sur l'inflation, les travaux consacrés à la relation inverse produisent des résultats contrastés.

77. D'un côté, certains travaux indiquent qu'il peut être plus difficile de maintenir une entente en période d'inflation parce qu'un environnement instable affecte la capacité de coordination. Les prix changeant régulièrement, il est plus difficile pour les entreprises de maintenir des résultats coordonnés, et en raison de l'incertitude que génèrent ces erreurs, il est encore plus difficile de déterminer si les concurrents ont décidé d'adopter d'autres stratégies. Ainsi, (Duersch et Eife, 2014^[33]) constatent que l'inflation et la déflation peuvent entraîner une forte baisse des prix réels. D'autres travaux semblent aussi étayer l'idée qu'à plus long terme, l'inflation a un effet négatif sur les prix réels (Banerjee et Russell, 2001^[34]).

78. (Gwin et Taylor, 2004^[35]), d'un autre côté, utilisent des données sur les comparatifs de performances d'achat pour examiner comment les coûts de recherche modifient l'effet de l'inflation sur la concurrence. Selon leur analyse, les coûts de recherche jouent un rôle significatif car ils amplifient l'impact de l'inflation sur la concurrence, ce qui laisse à penser que dans les secteurs où les consommateurs ont plus de difficultés à s'informer sur les prix, les entreprises affronteront sans doute une concurrence moins efficace de la part des entreprises rivales et pourront augmenter les prix en conséquence.

79. Plus généralement, l'inflation peut aussi influencer sur les incitations des entreprises à innover, ce qui peut réduire les bénéfices de l'innovation des entreprises pour la concurrence (Funk et Kromen, 2010^[36]).

80. En dernier ressort, la question fondamentale pour les autorités de la concurrence est celle de savoir s'il existe des risques pour la concurrence et dans l'affirmative, où ils résident. C'est pourquoi la suite de cette section examine le risque pour la concurrence des deux dynamiques évoquées plus haut²³.

3.2. Réaction des entreprises à l'inflation

81. Comme l'a montré plus haut l'analyse approfondie de la répercussion sur les prix, dans un contexte inflationniste, les coûts nominaux ont toutes chances d'augmenter pour de nombreuses entreprises. Elles seront alors poussées à augmenter leurs prix nominaux, indépendamment de la situation concurrentielle à laquelle elles sont confrontées.

82. Les mesures de réduction des coûts telles que le développement des économies d'échelle par des fusions peuvent apparaître plus intéressantes. C'est une question qui mérite d'être examinée dans le contexte du contrôle des fusions, et il existe un ensemble bien développé de précédents sur les modalités de prise en compte des problèmes de défaillance des entreprises. Sachant qu'il peut être coûteux de changer les prix fréquemment et que les entreprises peuvent le faire plus rapidement, celles-ci peuvent aussi chercher à réduire la concurrence sur les prix afin de pouvoir augmenter leurs prix sans perdre de nombreuses ventes²⁴. Comme il est dit plus haut, les fusions pourraient être un mécanisme pour y parvenir.

83. Le risque existe aussi que l'inflation encourage des hausses de prix coordonnées face aux pressions sur les coûts. Les entreprises peuvent avoir des incitations supplémentaires à former des ententes explicites et à discuter de stratégies pour faire face aux hausses de coûts en période de forte inflation.

84. Cependant, il peut exister des mécanismes pour parvenir à ces accords sans former ce qui serait considéré comme des ententes « traditionnelles ». En période de forte inflation, la communication des hausses de prix aux consommateurs est une partie naturelle et importante du fonctionnement du marché (OCDE, 2010^[37]). Cependant, il est possible que les entreprises, par leur comportement, émettent des signaux qui leur permettent de parvenir à des résultats coordonnés avec les concurrents, sans accord exprès et même sans discussion²⁵.

85. Plusieurs commentateurs ont évoqué le risque que les tensions inflationnistes servent de couverture aux augmentations de prix²⁶. A priori, on peut penser que l'inflation réduira la probabilité d'une coordination tacite. Si la capacité des entreprises à se coordonner de façon tacite dépend de nombreux facteurs, parmi lesquels le nombre de concurrents et la complexité des produits, des variations rapides des prix devraient compliquer les coordinations tacites, toutes choses égales par ailleurs. En effet, comme on l'a vu plus haut, il sera plus difficile aux entreprises de surveiller leurs prix respectifs et de détecter si une coordination est maintenue.

86. Cependant, en période d'inflation, il est probable que les entreprises et les consommateurs anticiperont des hausses de prix. Ces anticipations pourraient engendrer un risque accru d'actions coordonnées entre les entreprises, même sans entente traditionnelle²⁷. Le risque existe, par exemple, que les organisations ou associations professionnelles facilitent les conditions d'une collusion (OCDE, 2008^[38]). Ces organisations peuvent jouer un rôle important et positif et, dans le contexte de tensions croissantes sur les coûts, elles peuvent être plus nécessaires que dans d'autres périodes. Cependant, les informations échangées au cours de ces réunions peuvent être utilisées pour aligner les hausses de prix.

87. En outre, et c'est peut-être plus préoccupant en période d'inflation, les entreprises peuvent chercher à utiliser les annonces publiques pour signaler leur souhait d'augmenter les prix et s'entendre avec les concurrents. Les annonces de prix pourraient être effectuées dans des communiqués de presse ou des interviews, des courriels diffusés à de larges listes de clients ou même dans le cadre de conférences téléphoniques sur les résultats²⁸. Dans un contexte inflationniste, les entreprises peuvent être particulièrement désireuses de communiquer les prix aux consommateurs et il est important que les autorités puissent distinguer entre des annonces réellement faites au public et celles qui sont effectuées dans l'intention de former une collusion ou une entente mutuelle (OCDE, 2012^[39]). Ce n'est pas toujours simple.

88. Des annonces de prix successives de la part des entreprises et des annonces ne donnant pas d'informations précises mais exprimant une intention générale d'augmenter les prix pourraient être le signe que ces annonces sont à la base d'une coordination. Ce pourrait être également le cas si les annonces sont faites très en amont ou si les augmentations prévues mais revues par la suite sont fréquentes, ce qui pourrait impliquer que l'annonce testait une augmentation envisagée auprès des concurrents et qu'elle a échoué. L'Encadré 1 résume certaines lignes directrices publiées par les autorités concernant les annonces de prix et donne un exemple.

Encadré 1. Lignes directrices sur la légalité des annonces publiques

Lignes directrices de l'UE sur la coopération horizontale

La Commission européenne a communiqué des lignes directrices aux entreprises sur l'applicabilité de l'article 101 concernant la coopération horizontale. Ces lignes directrices mentionnent expressément les annonces publiques et leur traitement probable au regard de la loi.

Elles soulignent l'importance de l'incertitude stratégique entre les concurrents et le rôle que peut jouer l'échange d'informations dans la réduction de cette incertitude. À ce titre, elles notent que l'échange d'informations peut constituer une pratique concertée. Elles expliquent en outre que de ce fait, une pratique concertée peut être constatée lorsque les entreprises font des annonces. Plus précisément, le paragraphe 63 indique :

« Lorsqu'une entreprise fait une annonce unilatérale revêtant un caractère réellement public, par exemple dans un quotidien, cette annonce ne constitue généralement pas une pratique concertée au sens de l'article 101, paragraphe 1. Toutefois, en fonction des faits sous-tendant l'affaire en cause, la possibilité de constater une pratique concertée ne peut être exclue, par exemple lorsqu'une telle annonce a été suivie d'annonces publiques d'autres concurrents, en particulier parce que des réponses stratégiques apportées par des concurrents à d'autres annonces publiques (qui peuvent par exemple impliquer des réajustements de leurs propres annonces antérieures en fonction des annonces des concurrents) pourraient s'avérer constituer une stratégie visant à s'entendre sur les modalités de la coordination. »

L'approche de la Commission en matière d'annonces de prix est précisée à la note de bas de page 4 des lignes directrices, qui explique que lorsque les annonces correspondent à des engagements sur les prix ou sur des quantités qui ne peuvent être révisées, elles ne seraient normalement pas considérées comme restreignant le jeu de la concurrence par objet. Notant que ce pourrait être le cas lorsqu'il est essentiel que les consommateurs connaissent les prix futurs à l'avance ou parce qu'ils peuvent passer des précommandes à ces prix, la note de bas de page conclut ainsi :

« Cela ne signifie toutefois pas qu'un engagement en matière de prix à l'égard de clients soit nécessairement de nature à favoriser la concurrence. Il peut, au contraire, avoir pour effet de limiter la possibilité de s'écarter de pratiques collusoires et en renforcer ainsi la stabilité. »

Cas du transport maritime européen de conteneurs

Un cas dans lequel la nature des annonces de prix a fait l'objet d'un examen minutieux est l'enquête de la Commission européenne sur plusieurs entreprises de transport maritime, qui a abouti à une décision d'engagement en 2016. Cette enquête portait sur la pratique qu'avaient ces entreprises d'annoncer régulièrement les hausses de prix qu'elles prévoyaient de pratiquer, en précisant le montant de l'augmentation et la date d'application envisagée, généralement plusieurs semaines à l'avance. La Commission a constaté que dans ce processus, une partie faisait habituellement une annonce, tandis que les autres suivaient peu après avec des annonces comparables. Détail intéressant, la Commission a relevé qu'il arrivait parfois que les annonces ne soient pas suivies de hausses des prix et que les modifications envisagées soient actualisées. Compte tenu de son examen préliminaire, la Commission craignait que ces annonces donnent la possibilité aux transporteurs maritimes de tester le marché pour voir s'ils pouvaient augmenter les prix.

Les entreprises visées par l'enquête n'ont pas reconnu avoir eu une pratique concertée. Néanmoins, à la suite de l'enquête, elles ont pris des engagements qui ont été acceptés par la Commission. Ces engagements, qui devaient durer trois ans, étaient que les annonces de prix :

- contiendraient des informations précises sur les nouveaux prix à facturer,
- ne seraient pas faites plus de 31 jours à l'avance,
- seraient contraignantes en tant que prix maximaux.

Source : Commission européenne, 14 janvier 2011, Lignes directrices sur l'applicabilité de l'article 101 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne aux accords de coopération horizontale, Commission européenne, Décision de la Commission AT.39850 Container Shipping, 7 juillet 2016.

3.3. Modes de décision des consommateurs en période d'inflation

89. Les marchés concurrentiels s'appuient sur une demande fonctionnelle, qui implique que les consommateurs ont accès aux informations dont ils ont besoin pour prendre des décisions éclairées et qu'ils ont la capacité de traiter ces informations et d'agir en fonction.

90. Les prix sont un important paramètre à prendre en compte par les consommateurs dans la sélection des produits et services. Or, dans un contexte inflationniste, les prix peuvent varier fréquemment et les consommateurs peuvent avoir plus de difficultés à obtenir des informations exactes sur les prix de différents concurrents.

91. Les variations régulières des prix imposent que les consommateurs aient souvent accès aux informations sur les prix pour prendre des décisions d'achat éclairées. L'obtention de ces informations sera probablement coûteuse et ces coûts de recherche impliquent que les consommateurs auront des informations de moindre qualité sur les prix. Ils peuvent aussi choisir de ne pas exposer ces coûts s'il leur semble que cela a peu d'intérêt, par exemple s'ils ont l'impression que tous les prix augmentent et que passer d'un fournisseur à l'autre aura peu d'avantages.

92. Si les consommateurs sont moins bien informés sur les prix, les entreprises sont moins incitées à baisser les prix. La raison en est qu'une baisse des prix a deux effets opposés : premièrement, une baisse du bénéfice unitaire due à la réduction du prix et, deuxièmement, une hausse des bénéfices liée à l'augmentation des ventes due au fait que les clients se tournent vers le produit désormais moins cher. Pour que les entreprises soient incitées à baisser leurs prix, le second effet doit être supérieur au premier, ce qui est moins probable lorsque les consommateurs sont moins bien informés sur les prix.

93. Des données indiquent que des coûts de recherche élevés entraînent une augmentation des bénéfices des entreprises en période d'inflation (Gwin et Taylor, 2004^[35]). Plus généralement, la relation entre l'inflation et la variabilité des prix relatifs a fait l'objet de nombreuses études, bien que les données apparaissent globalement contrastées (Siklos et al., 2018^[4]). La variabilité des prix relatifs peut être une mesure de coûts de recherche plus élevés car, toutes choses égales par ailleurs, elle implique que les consommateurs ne profitent pas de baisses des prix potentielles. Des données montrent que l'inflation accroît la dispersion des prix entre les entreprises, ce qui pointe un recul de la concurrence (Chirinko et Fazzari, 2000^[40]), mais d'autres études ont constaté des relations négatives entre les deux (Ioannidis et Silver, 2001^[41]). Des recherches menées en Israël indiquent que cette variation des prix peut être encore plus extrême dans un contexte de très forte inflation (Lach et Tsiddon, 1992^[42])²⁹.

94. Les autorités peuvent donc souhaiter examiner comment les coûts de recherche des consommateurs pourraient être allégés en période de forte inflation et se préoccuper du manque d'informations aisément accessibles fournies par les entreprises aux consommateurs. Il faut noter ici le délicat équilibre entre le manque d'informations données aux consommateurs et le risque évoqué plus haut que les annonces de prix soient utilisées pour faciliter les collusions.

95. Une autre considération potentiellement pertinente dans le contexte de la prise de décisions des consommateurs et de l'inflation pourrait être la « réduflation » ou « *shrinkflation* », c'est-à-dire la réduction du volume d'un produit sans baisse de prix. Il y a quand même inflation, car le prix unitaire du produit a

augmenté, mais elle risquera sans doute moins qu'une hausse de prix de susciter une réaction de la demande si les consommateurs ont moins conscience de la réduction des volumes. Des données montrent que les consommateurs ont moins tendance à se détourner d'un produit en cas de réduction du volume qu'en cas de hausse du prix³⁰. Cela pourrait inciter les fabricants, en particulier les fabricants de biens de consommation, à réduire le volume d'un produit tout en cherchant à maintenir le même prix³¹.

96. Ces pratiques risquent de nuire davantage à la capacité des consommateurs à faire des choix éclairés entre des produits potentiellement substituables, ce qui allège la pression concurrentielle sur les fournisseurs. Plus généralement, un contexte inflationniste peut créer une situation dans laquelle les entreprises doivent examiner soigneusement leurs obligations d'informer les consommateurs.

Encadré 2. Rôle de la protection des consommateurs dans le soutien à la concurrence en période d'inflation

La protection des consommateurs est un élément important du maintien de la concurrence sur les marchés. Elle doit garantir la confiance des consommateurs dans les informations qu'ils reçoivent sur les marchés. Les consommateurs doivent aussi bénéficier d'une protection suffisante à l'égard de conditions contractuelles trompeuses et inéquitables. Par exemple, la recommandation de l'OCDE concernant l'action contre l'inflation dans le domaine de la politique de la concurrence (décrite dans l'Encadré 4) constate aussi que la politique en matière de consommation est indispensable au bon fonctionnement de la concurrence sur les prix et la qualité par sa contribution à un comportement rationnel des consommateurs.

Dans un contexte inflationniste, où les prix peuvent changer rapidement, il est important que les consommateurs comprennent les prix qui s'appliqueront à une transaction. Cela devrait aussi s'appliquer à toutes les conditions d'annulation, par exemple l'annulation d'une réservation due à un changement de prix, ou aux droits des consommateurs si les entreprises cherchent à modifier des prix précédemment convenus.

En outre, et en lien avec la discussion sur la réduflation plus haut, les entreprises peuvent être incitées à complexifier leur structure tarifaire afin de masquer aux consommateurs les hausses de prix nécessaires, par exemple en introduisant d'autres types de frais. Comme plus haut, l'introduction de ces frais doit être claire pour les consommateurs et doit respecter les droits contractuels en vigueur.

Source : OCDE (2010), Guide pour le développement des politiques de consommation, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/9789264079687-fr>

4. Quelles mesures les autorités de la concurrence peuvent-elles prendre en période d'inflation ?

97. Les chapitres précédents ont examiné les liens entre la concurrence et l'inflation. Face à des prix perçus comme élevés, le public fera sans doute pression sur les autorités de la concurrence pour qu'elles agissent et celles-ci risquent donc de paraître déconnectées de la réalité si elles ne font rien. Indépendamment des causes de l'inflation, une concurrence plus vive peut faire baisser les prix, même si, sauf effets dissuasifs, cet effet sera limité aux secteurs d'activité visés par l'enquête. Cependant, il y a toujours le risque d'une surapplication et la possibilité d'introduire des coûts supplémentaires pour les entreprises dans des périodes déjà difficiles.

98. Cette section examine la pertinence de la politique de la concurrence dans la lutte contre l'inflation, à la fois dans une perspective de court terme et de long terme, puis, en supposant qu'elle soit au moins un peu pertinente, les possibles implications concrètes pour les autorités.

4.1. Pertinence de la politique de la concurrence dans la lutte contre l'inflation

99. Comme il est noté dans l'introduction, le débat autour du rôle de la politique de la concurrence dans la lutte contre l'inflation est ancien, et d'ailleurs l'OCDE a précédemment adopté une recommandation affirmant ce rôle (voir l'Encadré 3 pour plus d'informations). Depuis, même avant la récente hausse de l'inflation, des travaux se sont intéressés au rôle de la politique de la concurrence dans la lutte contre l'inflation, par exemple (Böheim, 2008^[43]).

100. Aujourd'hui, les commentateurs débattent beaucoup du rôle potentiel de la politique de la concurrence dans la lutte contre l'inflation actuelle, en particulier dans les médias³². Certains avancent que la concurrence est utile pour le maintien du pouvoir d'achat des consommateurs. Ainsi, bien qu'elle juge peu probable que la concurrence soit à l'origine des niveaux élevés d'inflation observés actuellement, l'autorité de la concurrence portugaise a fait valoir dans un document récent que la concurrence joue un rôle important en période d'inflation (Autoridade da Concorrência, 2022^[44]). Ce document soulignait les bénéfices que la concurrence peut apporter aux consommateurs, mais aussi aux travailleurs et aux contribuables, et notait l'importance des actions de sensibilisation et de l'application du droit de la concurrence.

101. Il serait difficile de soutenir, si les problèmes de concurrence sont au cœur de l'inflation, que la politique de la concurrence n'est pas un outil essentiel de lutte contre l'inflation. Mais, comme on l'a vu plus haut, ce n'est pas démontré. Quel rôle la politique de la concurrence doit-elle jouer dans la lutte contre l'inflation si, comme cela semble probable, les problèmes de concurrence sont, tout au plus, des causes mineures des tendances inflationnistes actuelles ? De plus, la politique de la concurrence peut-elle avoir un rôle à jouer même si l'inflation et la concurrence ne sont liées qu'à long terme ?

102. L'objectif de la politique de la concurrence, nonobstant le débat sur la nature précise des normes de bien-être, est d'améliorer la concurrence dans l'intérêt des consommateurs et de la société plus largement. La question pertinente pourrait être alors de savoir si la politique de la concurrence doit être différente en période d'inflation. Après tout, son objectif est toujours d'accroître la concurrence, laquelle devrait, même si ce n'est pas exclusivement, réduire les prix à tout moment. Deux réflexions méritent d'être considérées dans ce contexte :

1. Premièrement, si la politique de la concurrence pouvait effectivement lutter contre l'inflation, cela pourrait fortement plaider pour un renforcement de son rôle parmi les outils employés par les pays. Cela implique d'augmenter les moyens de l'autorité de la concurrence, ce qui serait conforme à la recommandation de 1971 de l'OCDE, selon laquelle les gouvernements doivent veiller à ce que les autorités aient les ressources dont elles ont besoin pour faire respecter le droit de la concurrence.
2. Deuxièmement, sachant les effets néfastes que peut avoir une inflation élevée, il peut être intéressant de considérer l'éventail des activités des autorités. Fondamentalement, il s'agit de définir les priorités.

Encadré 3. Recommandation du Conseil de l'OCDE concernant l'action contre l'inflation dans le domaine de la politique de la concurrence

Le 14 décembre 1971, le Conseil de l'OCDE a adopté une recommandation concernant l'action contre l'inflation dans le domaine de la politique de la concurrence. Cette recommandation reconnaissait qu'une politique de la concurrence efficace est un facteur important pour réaliser une croissance optimale de l'économie et parvenir à la stabilité des prix, et que par ses effets sur les coûts, les prix et les bénéfices, la concurrence peut contribuer à la lutte contre l'inflation. Elle indiquait que l'influence de la politique de la concurrence se manifeste habituellement à long terme, ce qui suggère que les politiques d'ordre fiscal et monétaire auront des effets plus immédiats.

Compte tenu de ce qui précède, la recommandation signalait la nécessité d'accorder une importance accrue à la politique de concurrence et contre les pratiques commerciales restrictives. Elle recommandait en particulier aux pays membres :

- d'appliquer leur législation sur les pratiques commerciales restrictives avec beaucoup de vigilance contre les accords de fixation de prix et les accords de partage de marchés, les pratiques monopolistiques et oligopolistiques qui influencent les prix et les pratiques commerciales restrictives en matière de brevets et de licences de brevets ;
- de suivre de près la situation des prix dans les secteurs clés de leurs économies qui ont une structure monopolistique ou oligopolistique afin de réduire tout prix excessif par les moyens administratifs ou judiciaires dont ils disposent ;
- de veiller à ce que les autorités disposent des moyens adéquats pour mettre en œuvre les mesures mentionnées ;
- de renforcer les mesures de protection des consommateurs ;
- d'examiner l'opportunité d'adopter plusieurs mesures à plus long terme, notamment de nouvelles dispositions législatives à l'encontre de différents types de comportement anticoncurrentiel.

En 1971, le taux d'inflation moyen dans l'OCDE était de 5.7 %, même si, comme il ressort du graphique 1, il a augmenté peu après. La recommandation, jugée obsolète, a été abrogée le 12 juillet 2017 car la situation, à savoir une inflation élevée, n'existait plus.

Source : Instruments juridiques de l'OCDE, Recommandation du Conseil concernant l'action contre l'inflation dans le domaine de la politique de la concurrence, 14 décembre 1971, OECD/Legal/0097, <https://legalinstruments.oecd.org/fr/instruments/OECD-LEGAL-0097> ; OCDE (2022), Prix à la consommation, Principaux indicateurs économiques (base de données), https://www.oecd-ilibrary.org/fr/economics/data/prix/prix-a-la-consommations-base-de-donnees-complete_20a321db-fr

4.1.1. Impact de la politique de la concurrence sur la baisse des prix

103. Comme il est indiqué dans la section précédente, et, ce qui est intéressant, comme le relève la recommandation de l'OCDE de 1971, la politique de la concurrence n'est probablement pas le principal outil de lutte contre l'inflation utilisé par les gouvernements. Il ne s'ensuit pas toutefois qu'elle n'a pas d'effets positifs.

104. Après tout, la politique de la concurrence accroît la concurrence et abaisse les prix. L'analyse de la Commission européenne indique par exemple que l'application de la politique de la concurrence a réduit le niveau global des prix dans l'Union européenne de 0.63 point de pourcentage en moyenne par an sur la période 2012-2020 (Union européenne, 2022^[45])³³. La baisse des prix compense l'inflation, même s'il faut souligner que bien que cet effet soit remarquable, il invite à la prudence lorsqu'on anticipe un effet significatif de la politique de la concurrence sur la baisse de l'inflation à court terme. Il est clair que l'effet de toute mesure d'application individuelle sera beaucoup plus faible.

105. Outre l'ampleur de l'effet sur les prix, il faut aussi tenir compte du fait que même si la concurrence a contribué aux tendances actuelles de l'inflation, la mise en œuvre d'une politique de concurrence demande du temps, et cela même en cas de forte augmentation du budget. Le temps comporte trois aspects :

- Le temps de prendre des décisions, y compris déceler le problème potentiel et ouvrir une enquête ou prendre une mesure,
- Le temps nécessaire pour mettre en œuvre les solutions ou résultats,
- Le temps pour que les mesures correctives produisent des effets et des résultats.

106. Bien que l'objectif des autorités soit de prendre des décisions robustes et conformes aux procédures aussi vite que possible, prendre des décisions prend quand même du temps, sans compter le délai nécessaire pour qu'une décision produise un effet. À titre d'exemple, l'analyse de la Division de la concurrence de l'OCDE sur les tendances de la concurrence indique qu'une enquête sur une entente internationale dure 2.8 ans en moyenne (OCDE, 2020^[46])³⁴.

107. Tous ces éléments invitent à la prudence lorsqu'on considère le rôle potentiel de la politique de la concurrence dans la lutte contre l'inflation à court terme, en raison du délai et de l'impact de toute action. Notons que si les causes et la fin de la période d'inflation dans l'OCDE dans les années 70 font encore débat, on ne semble pas avoir considéré que la politique ait été jugée essentielle pour y mettre fin (Collard et Dellas, 2007^[47]).

4.1.2. Faut-il charger les autorités de contrôler l'inflation ?

108. La mission traditionnelle des autorités de la concurrence n'est pas de contrôler l'inflation. Leur objectif est en général d'améliorer la concurrence, habituellement suivant un large éventail de définitions de ce qui est souvent appelé une norme de bien-être des consommateurs.

109. Comme il est noté plus haut, bien que la politique de la concurrence ait de nombreux bénéfices importants, dont un possible effet anti-inflationniste à long terme, il faut veiller à ne pas attribuer la responsabilité de la lutte contre l'inflation aux autorités de la concurrence, car il faudrait alors modifier leurs objectifs, ce qui pourrait nuire à leurs objectifs à long terme.

110. Confier à l'autorité la responsabilité de l'inflation générale, dont les causes sont multiples, comme on l'a vu plus haut, n'est sans doute pas un objectif raisonnable. En général, les autorités de la concurrence n'ont pas d'expertise en matière d'inflation. En outre, la gestion de l'inflation est souvent confiée à la banque centrale. Si l'autorité de la concurrence devait subitement avoir l'inflation pour objectif, cela pourrait créer des difficultés car il y aurait alors deux autorités responsables.

111. Cela dit, la politique de la concurrence défend la concurrence parce qu'elle est bénéfique pour la société. Habituellement, ces bénéfices concernent le bien-être des consommateurs, même si la portée précise de cette notion fait souvent débat. Quoi qu'il en soit, même avec une définition large de ces objectifs, si la politique de la concurrence peut obtenir des réductions bénéfiques des hausses de prix qui ont en outre l'avantage de modérer l'inflation, c'est un aspect qu'il faut soigneusement considérer, pour autant qu'il ne compromette pas les objectifs à plus long terme.

112. Il est important de distinguer ici comment les priorités sont accordées aux ressources ainsi que les objectifs des autorités de la concurrence. Être attentif à l'effet possible des interventions potentielles sur les tensions inflationnistes ne veut pas dire assumer la responsabilité du contrôle de l'inflation et ne suggère pas non plus que les décisions de sanction doivent tenir compte des tensions inflationnistes³⁵. Cela risquerait de nuire aux régimes de sanctions bien établis des autorités de la concurrence et créerait des arbitrages complexes que les autorités ne sont probablement pas les mieux à même de juger.

4.2. Comment les autorités doivent-elles appréhender les périodes de forte inflation ?

113. La partie suivante de cette section examine comment les autorités devraient appréhender les périodes de forte inflation en donnant des exemples des mesures à envisager.

4.2.1. Politiques inchangées

114. De nombreuses autorités et dirigeants douteront probablement de la nécessité de modifier la politique de la concurrence en période de forte inflation. Il y a d'ailleurs sans doute de bons arguments en faveur du statu quo car si l'approche actuelle fonctionne, pourquoi en changer ?

115. En général, les modifications que les autorités de la concurrence pourront souhaiter apporter à leur approche seront probablement mineures. En outre, ces modifications peuvent être considérées davantage comme des réactions à la période qu'un changement d'approche. Il est certain que les priorités à long terme ne doivent pas être abandonnées.

116. Comme il est analysé en détail plus haut, le principal apport de la politique de la concurrence dans la baisse de l'inflation passe par la promotion générale de la concurrence à long terme. Il est donc peu probable que des modifications radicales seront nécessaires. À cet égard, la politique de la concurrence doit être considérée comme un outil de lutte contre l'inflation à long terme même en l'absence de changement.

117. À bien des égards donc, les autorités de la concurrence peuvent continuer sans rien changer, en définissant les priorités d'action, comme la sensibilisation et la répression, dans l'intérêt à long terme de la concurrence. Les sections suivantes examinent d'autres facteurs qu'il peut être intéressant de considérer, à la marge, dans le contexte d'une inflation élevée.

4.2.2. Définition des priorités des autorités

118. Dans un monde d'incertitude et de ressources limitées, les autorités doivent définir les axes d'action prioritaires pour améliorer la concurrence. En général, un ensemble de facteurs seront envisagés

dans ce processus, parmi lesquels le fait que de nombreuses activités seront obligatoires pour les autorités³⁶.

119. La définition des priorités est un acte d'équilibrage complexe et pluridimensionnel. Sachant les dangers potentiels de l'inflation, il peut être intéressant, pour maximiser les bénéfices du travail des autorités de la concurrence, d'opérer des changements mineurs dans les priorités attribuées aux différentes mesures. Comme il est noté plus haut, ceci ne doit pas être considéré comme un écart significatif par rapport aux normes³⁷. Toutefois, il est possible d'examiner si les autorités de la concurrence doivent redéfinir les priorités en période de forte inflation.

120. En période de forte inflation, lorsqu'elles envisagent des décisions complexes relatives à la priorité à attribuer à différentes actions, les autorités peuvent souhaiter réfléchir à l'opportunité d'accorder une préférence accrue aux interventions ou aux actions contre :

- Les secteurs qui ont un effet notable sur l'inflation ou dans lesquels des baisses de prix auraient un effet sensible sur la baisse de l'inflation. Il pourrait sembler que cette option n'apporte rien de nouveau par rapport aux pratiques des autorités, mais elle suggère de donner une priorité un peu plus forte aux interventions dans les grands secteurs d'activité directement, plutôt qu'à celles qui visent à décourager un plus large ensemble de comportements.
- Les secteurs dans lesquels une concurrence accrue pourrait aussi avoir des effets en aval. L'analyse de l'Union européenne note que les secteurs qui ont des liens importants en aval auront probablement des effets de contagion plus puissants sur les prix et que les secteurs d'activité tels que la finance, l'assurance et les services aux entreprises, l'extraction de ressources, le secteur de l'énergie, l'industrie manufacturière de base et certains aspects du réseau de transport pourraient avoir d'importantes retombées. (Union européenne, 2022^[45])
- Les comportements dont la prévention aurait un effet rapide sur les prix ou les comportements tels que les bénéfices pour les consommateurs seront ressentis dès que possible, par exemple, les comportements orientés sur les prix plutôt que sur d'autres dimensions de la concurrence. L'examen de ces comportements a plus de chances d'avoir un effet sur les prix.
- Les secteurs qui peuvent apporter des bénéfices particuliers aux consommateurs si les prix peuvent être réduits, par exemple si un secteur bien que relativement modeste contribuait sensiblement au coût de la vie pour les consommateurs vulnérables³⁸.
- Les comportements qui sont particulièrement liés à l'inflation elle-même, comme les hausses de prix coordonnées. Une action contre ces comportements pourrait dissuader les autres entreprises.

4.2.3. Sensibilisation

121. Une possibilité pour les autorités est de mener des actions de sensibilisation. Ces actions, qui peuvent revêtir de multiples formes, impliquent de communiquer des idées plutôt que de prendre des sanctions. À ce titre, leur succès dépend souvent des suites que donneront les autres parties à la communication, mais en général, les actions de sensibilisation peuvent être engagées assez rapidement et leur efficacité est certaine.

122. Pour commencer, le travail de sensibilisation peut réduire le risque que la politique de la concurrence soit vue comme un outil de lutte contre l'inflation à court terme. Comme on l'a vu plus haut, il y a des limites au rôle qu'elle peut jouer et il est important que les dirigeants politiques comprennent ces limites. Dans la mesure où elles le peuvent, les autorités peuvent mettre en lumière ces limites tout en étant claires sur les mesures prises.

123. À cet égard, comme le note l'introduction, l'attention peut se tourner vers les autorités de la concurrence en période de forte inflation. Une grande partie de cette attention consistera à faire pression

sur l'autorité pour qu'elle agisse, mais puisque la concurrence est sous le feu des projecteurs, il sera possible de faire valoir son importance.

124. Cette action peut comprendre plusieurs éléments. Elle pourrait donner la possibilité d'expliquer le travail de l'autorité et en quoi il contribue à la société. Une autorité peut souhaiter par exemple attirer l'attention sur les travaux qu'elle a engagés récemment et leurs bénéfices. Une tension importante à gérer réside dans les anticipations de résultats à court terme pour l'inflation et les effets à plus long terme. Bien que le message soit difficile à faire entendre, il mérite d'être tenté si l'opportunité se présente.

125. L'Encadré 4 donne des exemples de récentes actions de communication entreprises par des autorités de la concurrence. Il sera sans doute intéressant que les autorités analysent le succès ou l'échec des différentes actions menées afin d'améliorer les efforts futurs.

Encadré 4. Exemples d'autorités diffusant des messages essentiels sur la concurrence en période d'inflation

Articles sur la concurrence

Les autorités peuvent souhaiter rédiger de courtes notes ou des articles pour exposer leur point de vue sur la période d'inflation en cours et sur la concurrence et présenter leurs travaux dans ce domaine.

Un excellent exemple de ce type d'action est celui de l'autorité de la concurrence portugaise, qui a publié en août 2022 une note sur la concurrence et l'inflation dans laquelle elle soulignait leurs liens et présentait 15 messages clés.

La note commence par présenter le contexte de l'inflation et fait valoir qu'en dernier ressort, l'inflation observée actuellement au Portugal, et dans d'autres pays, n'est sans doute pas la conséquence d'un problème de concurrence. Elle donne aussi des exemples de travaux récents de l'autorité de la concurrence et explique comment ils s'inscrivent dans le contexte actuel.

Un graphique illustre en quoi le travail de l'autorité de la concurrence est important pour préserver le bien-être des consommateurs, qu'elle décrit comme l'approche à 360°. Cette approche est mise en lumière par un graphique très parlant.

Discours soulignant le rôle de la concurrence

Les autorités peuvent aussi saisir l'occasion de leurs allocutions pour évoquer la relation entre la concurrence et l'inflation et comment elle s'insère dans leurs travaux. De nombreuses autorités font fréquemment des discours ; ceux-ci permettent d'exprimer des points de vue, parfois de manière moins formelle que dans des articles.

Il existe plusieurs cas de représentants des autorités de la concurrence qui ont évoqué la concurrence et l'inflation. Ainsi, le commissaire Matthew Boswel, du Bureau de la concurrence canadien, a prononcé un discours cette année en mai dans lequel il soulignait l'importance de la concurrence pour des marchés fonctionnels et notait qu'une baisse de la concurrence aggrave les choses tandis qu'une hausse de la concurrence les améliore.

Source : <https://www.canada.ca/fr/bureau-concurrence/nouvelles/2022/05/batir-un-canada-plus-concurrentiel.html>

126. Au-delà de l'analyse du rôle de la concurrence, le travail de sensibilisation peut servir à promouvoir la concurrence sur certains marchés. Dans ce contexte, deux grands axes de sensibilisation seront probablement pertinents en période d'inflation, la promotion de la concurrence lorsqu'elle peut être

menacée par d'autres initiatives des pouvoirs publics, et l'amélioration de la concurrence dans un secteur précis.

127. La première action concerne une prise de conscience des risques d'un contexte inflationniste pour la concurrence. Cette action pourrait défendre des politiques qui ne restreignent pas indûment la concurrence, ce qui pourrait constituer un risque dans cette période. En période d'inflation élevée, il existe un risque considérable qu'une intervention aille au-delà de la politique de la concurrence et, tout en remplissant les objectifs politiques à court terme, constitue un important frein à la concurrence et ait des effets néfastes à long terme pour la société. S'il n'appartient pas aux autorités de prendre des décisions sur un grand nombre de ces politiques, elles peuvent être bien placées pour offrir des conseils et signaler le risque de préjudice de ces politiques. Cette action pourrait consister à plaider pour réduire leur forme ou leur durée au minimum nécessaire.

128. Face à l'augmentation des prix, les pouvoirs publics peuvent envisager d'adopter diverses formes de réglementation des prix. La réglementation des prix peut être bénéfique dans certaines circonstances, mais elle risque aussi de nuire à la concurrence. Il est important que le contrôle des prix, surtout s'il est temporaire, ne soit pas aussi un moyen de rendre publiques des informations commerciales sensibles, ce qui pourrait faciliter la coordination future des concurrents (Autoridade da Concorrência, 2022^[44]). L'Encadré 5 présente une analyse plus détaillée de la concurrence et du contrôle des prix.

129. Exemple de l'action de sensibilisation, l'autorité de la concurrence espagnole a récemment publié un communiqué de presse soulignant l'importance de la concurrence et mettant en garde contre les infractions au droit de la concurrence même si des plafonds sur les prix étaient imposés par l'État³⁹.

Encadré 5. Concurrence et contrôle des prix

En période d'inflation, de nombreux États peuvent être poussés à instaurer des mesures de contrôle des prix. Le contrôle des prix peut prendre différentes formes, mais fondamentalement, il consiste à introduire un élément de contrôle centralisé des prix en dehors du marché. L'objectif sera probablement de réduire les prix et de modérer leur volatilité. C'est donc une intervention significative dans le fonctionnement des marchés. En un sens, on pourrait considérer que l'instauration d'un contrôle des prix met un terme au fonctionnement du marché. Si les bénéfices à court terme peuvent être sensibles dans certaines circonstances, la prudence s'impose étant donné l'effet significatif sur le fonctionnement du marché.

Les prix sont une composante essentielle du bon fonctionnement des marchés car ils envoient des signaux importants aux consommateurs et aux autres fournisseurs. Comme l'indique la note de l'OCDE (2012) :

« Le renchérissement des prix signale aux consommateurs que les produits qu'ils choisissent sont onéreux à produire, et les incite à chercher si possible d'autres produits moins coûteux. Il indique en outre aux producteurs qu'ils devraient investir pour accroître leur production. Ces réactions conjointes des consommateurs et des producteurs peuvent aider à mettre fin au déséquilibre qui a entraîné la hausse des prix. Si les prix sont maintenus artificiellement en dessous des niveaux qui reflètent l'équilibre entre l'offre et la demande, ni les consommateurs ni les producteurs ne pourront réagir, et les déséquilibres pourraient persister. »

Comme indiqué dans la note OCDE (2022), le contrôle des prix peut également réduire les incitations des fournisseurs à fournir des produits, ce qui peut entraîner à long terme des pénuries qui alimenteront l'inflation future. Les autorités de la concurrence doivent être prêtes à signaler ces distorsions aux pouvoirs publics s'ils souhaitent instaurer un contrôle des prix. À certains moments, il peut être nécessaire de contrôler les prix et, dans ces circonstances, les autorités peuvent donner des conseils

pour minimiser les effets de distorsion, par exemple en limitant la durée et la portée à ce qui est strictement nécessaire.

Source : OCDE (2012), *Competition and Commodity Price Volatility*, OCDE (2022) Pourquoi les gouvernements devraient cibler le soutien dans un contexte de prix élevés de l'énergie

130. Le deuxième type d'action de sensibilisation qui pourrait être particulièrement utile en période de forte inflation vise à améliorer la concurrence dans un secteur donné. Il pourrait par exemple prendre la forme d'un suivi du marché ou d'études de marché. Les études de marché peuvent aider à comprendre dans quelle mesure des tensions inflationnistes ont un lien avec les questions de concurrence (OCDE, 2018^[48]). En général, si elles peuvent être plus rapides que certaines formes de sanction, elles ont peu de chances d'aboutir à des résolutions rapides car même si les études sont rapides, leurs recommandations devront être mises en œuvre par le gouvernement. Cela dit, des études de marché factuelles peuvent être un moyen simple d'étudier un secteur et de comprendre les causes d'une augmentation des prix, notamment s'il y a des problèmes de concurrence dans le secteur ou des infractions potentielles au droit de la concurrence (OCDE, 2012^[1]). Ce peut être particulièrement utile si les autorités sont poussées à agir mais ne sont pas sûres de la cause des problèmes potentiels.

131. Des économistes ont proposé d'utiliser les hausses de prix comme le déclencheur d'études ou de sondages de marché automatiques. L'économiste Hal Singer a proposé par exemple de déclencher des sondages automatiques dans les secteurs très concentrés, où les marges augmentent et les prix ont augmenté de plus de 10 % d'un an sur l'autre⁴⁰.

132. Les travaux visant à recenser et à éliminer les barrières à l'entrée dans différents secteurs sont un autre exemple d'actions de sensibilisation pouvant être particulièrement utiles en période d'inflation. L'OCDE a élaboré une boîte à outils afin de faciliter l'évaluation de ces facteurs⁴¹. Dans sa note, l'autorité de la concurrence portugaise relevait les bénéfices potentiels de la réduction des barrières à l'entrée et attirait l'attention sur les recommandations qu'elle avait émises de supprimer les barrières inutiles à l'entrée dans les secteurs de l'économie (Autoridade da Concorrência, 2022^[44]), y compris dans le secteur numérique, ceux des transports et le marché de l'énergie (entre autres). Toutefois, la majorité de ces recommandations ont été mises en œuvre avant l'épisode d'inflation actuel, ce qui montre peut-être que même avec la sensibilisation, la politique de la concurrence est un important outil à long terme plutôt qu'à court terme.

133. Les autorités peuvent également souhaiter faire le point sur la combinaison des initiatives en matière de conformité. Par exemple, comme il est précisé plus haut, les organisations sectorielles ou les associations professionnelles peuvent être d'importants forums de discussion en période de hausse des coûts et elles peuvent également informer leurs membres sur le respect des règles de concurrence. Cependant, le risque existe qu'elles facilitent les comportements coordonnés, et ce sont donc des lieux d'action fructueux pour certaines autorités.

134. Enfin, comme on l'a vu à la section 3. , la concurrence peut être menacée si les consommateurs ont des difficultés à suivre les prix. Les autorités peuvent donc souhaiter examiner comment promouvoir au mieux des mesures visant à stimuler l'activité de comparaison des prix pour les consommateurs.

4.3. Application du droit de la concurrence

135. Fondamentalement, la recommandation du Conseil de l'OCDE de 1971 visait à faire respecter attentivement le droit de la concurrence et avec une rigueur suffisante. Pour la plupart des autorités, cette recommandation correspond à leur action habituelle, et il peut être important de le signaler aux entreprises.

136. Par exemple, dans un discours de Matthew Boswell, commissaire au Bureau de la concurrence canadien, il a été précisé que l'autorité n'aurait aucune tolérance à l'égard des entreprises cherchant à profiter de la situation pour augmenter les prix⁴².

137. Comme le relève l'analyse sur la définition des priorités, il peut être également intéressant, en période d'inflation, d'orienter l'action répressive sur certains problèmes. L'autorité de la concurrence portugaise, par exemple, défend l'importance de la lutte contre les ententes dans le domaine des marchés publics, qui est essentielle pour éviter le gaspillage de l'argent public en période de forte inflation et de crise économique (Autoridade da Concorrência, 2022^[44]). On ne sait pas si les marchés publics sont plus ou moins exposés aux ententes en période de forte inflation, mais c'est un exemple du soutien que peut apporter l'action répressive dans le domaine de la concurrence aux efforts plus larges des pouvoirs publics.

138. Il faut relever, et indiquer clairement et publiquement, que l'application du droit de la concurrence n'aura sans doute pas d'effet immédiat sur l'inflation. Comme il est dit plus haut, cela ne doit en rien diminuer sa valeur. La compétitivité des marchés repose en partie sur une application rigoureuse du droit de la concurrence. En outre, les sanctions prises contre les comportements anticoncurrentiels peuvent avoir peu d'effet sur les périodes inflationnistes en cours mais elles pourraient agir comme un dissuasif qui limite leur survenue à l'avenir.

139. Au-delà des critères de définition des priorités examinés plus haut, les autorités doivent avoir conscience des comportements qui risquent fortement de se multiplier en période d'inflation. À titre d'exemple, comme il est indiqué plus haut à la section 3.2, le risque d'entente ou de comportement assimilable pourrait être plus élevé en période d'inflation. Les entreprises peuvent en particulier chercher à augmenter les prix sous couvert d'inflation et les autorités peuvent envisager d'être particulièrement vigilantes sur les annonces de prix dans les médias et, dans la mesure du possible, suivre les similitudes d'évolution des prix entre concurrents.

140. Comme mentionné précédemment, les autorités doivent être généralement vigilantes si une inflation élevée engendre des pressions sur certaines entreprises. L'inflation elle-même ne provoquera peut-être pas de défaillances d'entreprises, mais elle est parfois associée à des crises économiques plus générales, sans parler de l'effet potentiellement négatif d'une inflation durablement élevée pour l'économie en général.

4.3.1. Gonflement des prix

141. Le « gonflement des prix » est une pratique souvent décriée qui consiste à augmenter les prix face à une forte demande. La plupart des économistes considèrent que cette pratique est inhérente au fonctionnement du marché car elle envoie d'importants signaux à celui-ci. Le gonflement des prix présuppose une puissance de marché. En effet, en l'absence de puissance de marché, les prix doivent être liés aux coûts plutôt qu'à la demande. Certaines hausses de prix peuvent présenter peu d'intérêt en période de crise si les fournisseurs ont peu de possibilités de réagir en conséquence, peut-être en raison de barrières élevées à l'entrée ou d'autres perturbations du marché.

142. Ce sont des questions complexes que les autorités de la concurrence peuvent avoir des difficultés à gérer et il est possible que certaines autorités n'aient pas les outils juridiques nécessaires pour agir contre des prix élevés. D'autres mesures plus appropriées peuvent exister, comme la protection des consommateurs, voire des règles spécifiques concernant le gonflement des prix (OCDE, 2020^[49]).

143. Certaines autorités peuvent toutefois s'appuyer sur une législation sur les prix excessifs pour cibler les prix élevés. Par exemple, au début de la pandémie de COVID-19, l'autorité de la concurrence et des marchés britannique a déclaré qu'elle prendrait des mesures pour que les fournisseurs ne profitent pas de la situation, y compris en enfreignant le droit de la concurrence par des prix excessifs⁴³.

144. Lorsqu'on envisage des actions en période de forte inflation, un grand nombre des considérations qui étaient pertinentes pendant la pandémie de COVID-19 peuvent être valables. Par exemple, un grand nombre des risques recensés dans l'Encadré 5 concernant le contrôle des prix seront présents, et les autorités devront examiner attentivement si des prix particuliers fournissent des signaux importants aux marchés (OCDE, 2020^[49]).

4.3.2. Réglementation de la puissance d'achat

145. On a beaucoup débattu récemment de la puissance d'achat et de l'approche que les autorités doivent avoir de la concurrence entre acquéreurs⁴⁴. En période de forte inflation, la possibilité que certaines formes de collaboration entre acquéreurs fassent baisser les prix pourrait pousser les autorités à faire preuve de flexibilité dans ce domaine.

146. D'un autre côté, les acquéreurs peuvent être fortement incités à exploiter leur puissance d'achat dans ces périodes, ce qui pourrait avoir des effets sensibles sur les travailleurs et d'autres vendeurs, comme les petites entreprises. En outre, le risque est considérable que si on lui laisse le champ libre, ce comportement ait des répercussions futures s'il s'enracine ou compromet fortement l'efficacité du marché (OCDE, 2022^[50]).

147. Un important aspect à considérer ici pour les autorités est l'objectif de la politique de la concurrence et le caractère approprié ou non d'une attention étroite portée au bien-être du consommateur. Par exemple, les effets de la concurrence sur le marché du travail peuvent particulièrement intéresser la société dans un contexte de forte inflation, le préjudice pour les travailleurs résultant d'une faible croissance des salaires étant sans doute considérable.

148. D'ailleurs, il est intéressant de noter que certaines autorités qui se sont exprimées publiquement sur leur rôle dans le contexte inflationniste ont commenté la nécessité de faire respecter le droit de la concurrence pour protéger les intérêts des travailleurs. Par exemple, un élément important à considérer est qu'un des effets néfastes de l'inflation réside dans sa contribution à la perte de pouvoir d'achat des ménages et donc à la baisse de leur revenu réel. C'est un mécanisme bien décrit par l'autorité de la concurrence portugaise lorsqu'elle met en avant son approche à 360°, qui relève le rôle important de la concurrence sur les marchés du travail dans le maintien du pouvoir d'achat des ménages (Autoridade da Concorrência, 2022^[44]).

4.3.3. Coordination internationale

149. Comme on peut l'anticiper dans une crise des coûts essentiellement internationale, une partie des facteurs qui affectent l'inflation sont internationaux plutôt que nationaux. Cela pose la question de savoir si, même si les questions de concurrence sont au cœur de certaines des tensions inflationnistes, les autorités de la concurrence pourront gérer ces questions individuellement.

150. Enfin, même si des démarches individuelles pourraient améliorer la concurrence, il est peut-être préférable de trouver une solution coordonnée. Les secteurs du fret ou les marchés de l'énergie, par exemple, peuvent soulever des questions de concurrence qui ne relèvent pas exclusivement d'une autorité unique de l'État.

151. Les autorités, en période de forte inflation, peuvent donc bénéficier d'une coordination accrue pour examiner si des actions conjointes pourraient avoir un effet significatif dans certains secteurs. Quelques moyens s'offrent à elles pour travailler ensemble à la résolution de certains de ces problèmes. L'Encadré 6 résume les mesures de coopération prises par certaines autorités afin de recenser et de régler de possibles collusions dans la fourniture et la distribution de biens compte tenu de la perturbation des chaînes d'approvisionnement mondiales.

Encadré 6. Coopération contre les risques de collusion dans les chaînes d'approvisionnement mondiales

Les autorités de la concurrence de l'Australie, du Canada, de la Nouvelle-Zélande, du Royaume-Uni et des États-Unis ont annoncé cette année avoir formé un groupe de travail visant les collusions potentielles dans les chaînes d'approvisionnement mondiales. L'annonce a été faite simultanément par toutes les autorités. L'objet déclaré du groupe de travail est l'échange d'informations entre les autorités afin d'aider à la détection et à la prévention des comportements qui pourraient être contraires au droit de la concurrence.

Le travail du groupe de travail porte sur les chaînes d'approvisionnement mondiales et nationales. Un communiqué de presse du Bureau de la concurrence canadien note qu'un des objectifs est de déceler les tentatives des entreprises d'utiliser les perturbations de la chaîne d'approvisionnement pour camoufler la fixation des prix ou d'autres activités collusoires. De nombreuses chaînes d'approvisionnement étant mondialisées, elles semblent offrir un bon exemple de l'intérêt de l'échange d'informations entre les autorités. Les autorités ont mis en avant la demande accrue et la forte congestion enregistrées dans le fret et les chaînes d'approvisionnement, notant les retards que cela engendrait pour de très nombreuses économies, et les prix sensiblement plus élevés qu'habituellement.

Le communiqué de presse publié sur le site de l'autorité britannique indique :

« Ce sont des problèmes mondiaux auxquels il vaut mieux s'attaquer ensemble. Avec le soutien et les renseignements des autorités partenaires dans le monde entier, nous pouvons intervenir et prendre des sanctions si nous constatons des comportements anticoncurrentiels. »

Le groupe de travail semble s'appuyer sur un dispositif d'assistance mutuelle et de coopération établi en septembre 2020 entre les autorités des cinq pays.

Source : Communiqué de presse du Bureau de la concurrence Canada, 17 février 2022, Un groupe de travail international s'attaque à la collusion potentielle entre concurrents dans la fourniture et la distribution de biens, <https://www.canada.ca/fr/bureau-concurrence/nouvelles/2022/02/un-groupe-de-travail-international-sattaque-a-la-collusion-potentielle-entre-concurrents-dans-la-fourniture-et-la-distribution-de-biens.html> ; communiqué de presse de la Commission australienne de la concurrence et de la consommation, 18 février 2022, Five Eyes competition authorities to focus on collusion in international trade, <https://www.accc.gov.au/media-release/five-eyes-competition-authorities-to-focus-on-collusion-in-international-trade> ; communiqué de presse de l'Autorité de la concurrence et des marchés du Royaume-Uni, 17 février 2022, International agencies put supply chains on notice against collusion, <https://www.gov.uk/government/news/international-agencies-put-supply-chains-on-notice-against-collusion>

4.4. Considérations pratiques

152. En période de forte inflation, les autorités de la concurrence devront sans doute aussi tenir compte de considérations d'ordre plus pratique.

153. Dans un contexte inflationniste, la valeur nominale de la monnaie décroît rapidement. Or plusieurs aspects d'un régime de concurrence sont basés sur les valeurs nominales, comme les seuils de déclaration et les lignes directrices relatives aux amendes. Les variations de valeur de la monnaie risquent donc d'influer sur le niveau approprié de ces seuils, car la valeur réelle de la monnaie a changé, peut-être sensiblement.

154. L'exemple le plus évident est peut-être celui des seuils de déclaration des fusions. Ces seuils sont utilisés dans de nombreux pays pour déterminer les fusions qui font l'objet d'un examen par les autorités.

Elles donnent une sécurité réglementaire aux entreprises tout en permettant une approche réglementaire proportionnelle. Mais si l'inflation est élevée, ces seuils peuvent très vite devenir obsolètes.

155. Un mécanisme pour prévenir ce risque est de lier les seuils aux indices d'inflation ou de les revoir chaque année pour s'assurer qu'ils demeurent appropriés. Aux États-Unis par exemple, la Commission fédérale du commerce ajuste les seuils de déclaration des fusions en fonction de l'évolution du produit national brut⁴⁵. De même en Italie, les seuils de contrôle des fusions sont adaptés en tenant compte de l'inflation. L'ajustement, effectué chaque année, est basé sur l'indice du déflateur du PIB⁴⁶.

156. De nombreux pays emploient des mécanismes similaires. Tout régime de ce type devra examiner comment maintenir au mieux la sécurité réglementaire, afin que les entreprises comprennent bien les seuils applicables aux opérations qu'elles réalisent⁴⁷. La conception d'un mécanisme de ce type doit aussi tenir compte de la charge administrative qu'il pourra représenter, en particulier chercher à résister au risque de contestation des ajustements⁴⁸. En dernier ressort, un mécanisme transparent, relativement simple et bien compris sera sans doute préférable à la recherche continue d'une hypothétique solution optimale.

157. Outre les seuils de déclaration, les autorités pourraient aussi avoir à réfléchir aux amendes dans un environnement très inflationniste. De nombreuses directives en la matière envisagent un pourcentage du chiffre d'affaires de la société en cause. Cependant, en période de forte inflation, selon la période retenue pour le calcul du chiffre d'affaires, le niveau des amendes pourrait être trop bas. Considérons par exemple une amende calculée sur la base du chiffre d'affaires publié. Elle couvrirait les résultats de l'entreprise au moins sur l'exercice précédent, ce qui implique que certains des chiffres seraient basés sur des prix nominaux datant de plus d'un an⁴⁹. Si l'inflation annuelle devait être supérieure à 10 %, l'amende pourrait être inférieure d'au moins 5 %, voire plus, à ce qu'elle serait en période de moindre inflation.

158. En période d'inflation particulièrement forte, lorsque c'est possible, les autorités devraient étudier si les amendes peuvent être suffisantes pour avoir un effet dissuasif et prendre garde aux amendes basées sur un chiffre d'affaires trop ancien.

159. Enfin, les autorités devraient examiner attentivement l'effet qu'une forte inflation peut avoir sur leur analyse. Le prix est souvent est élément central de nombreuses analyses et, en général, celles-ci ne doivent pas être affectées par une inflation élevée. À titre d'exemple, la base conceptuelle du test du monopole hypothétique (SSNIP) reste la même car elle maintient implicitement le niveau de prix constant.

160. Néanmoins, les autorités devraient examiner attentivement l'effet que pourrait avoir un contexte inflationniste sur la robustesse de leur analyse en période de forte inflation. Cela pourrait supposer de réfléchir soigneusement à la formulation des questions relatives aux prix dans les enquêtes auprès des consommateurs. Ainsi, si les hausses de prix sont désormais fréquentes et anticipées, il faudra en tenir compte dans les questions interrogeant les consommateurs sur la manière dont ils pensent devoir réagir à une hausse des prix. Il est même encore plus important qu'à l'habitude de veiller à ce que toute analyse des données de prix ou de chiffre d'affaires, y compris dans les documents internes ou pour déduire des parts de marché, considère soigneusement la date à laquelle il correspond et le taux d'inflation contemporain correspondant.

5. Conclusion

161. Il y a plus de 50 ans, le Conseil de l'OCDE adoptait une recommandation appelant à faire mieux respecter le droit de la concurrence dans le cadre de la lutte contre l'inflation. Celle-ci a été jugée obsolète il y a tout juste cinq ans, mais avec le retour d'une inflation élevée, le débat apparaît hautement pertinent. Les États ont hâte de ramener l'inflation sous contrôle et de nombreuses autorités de la concurrence réfléchiront à leur rôle dans ce processus.

162. Plusieurs facteurs contribuent aux tendances inflationnistes actuelles, parmi lesquels les effets de la pandémie de COVID-19 sur l'offre et la demande et l'invasion de l'Ukraine par la Russie. Le fait que la concurrence soit également évoquée dans ces échanges mérite l'attention des autorités de la concurrence, quelle que soit l'ampleur de l'effet qui peut lui être attribué.

163. En dernier ressort, la dynamique de l'inflation est complexe et il n'est pas indispensable que les autorités de la concurrence comprennent parfaitement tous les rouages par lesquels la concurrence y contribue. Il y a de bonnes raisons de penser que la concurrence est un important facteur de modération de l'inflation à long terme, tant en termes de réduction des effets aggravants de la puissance de marché sur la hausse des coûts que de meilleur fonctionnement global du marché.

164. Cependant, la politique de la concurrence ne doit pas être vue comme un outil de premier plan pour lutter contre l'inflation à court terme. L'étude et la mise en œuvre des interventions dans le domaine de la concurrence demandent du temps, et les précipiter pourrait engendrer un manque d'équité dans la procédure et nuire à l'état de droit. En outre, bien qu'elles puissent réduire sensiblement les prix, les sanctions en matière de concurrence ne pourront sans doute pas avoir à elles seules un effet suffisant de baisse des prix. En général, les interventions se concentrent sur quelques marchés, ce qui implique que même de fortes baisses des prix auront un effet limité sur le niveau général des prix.

165. En bien des points, le texte de la recommandation de l'OCDE de 1971 apparaît tout aussi pertinent aujourd'hui. La concurrence est vitale pour une inflation modérée et l'application des règles de concurrence doit être prioritaire, mais pas aux dépens de la politique budgétaire et monétaire. Imputer la responsabilité de l'inflation générale aux autorités de la concurrence sera probablement irréaliste et improductif.

166. Dès lors, les autorités de la concurrence devraient réfléchir à la contribution, importante mais de second ordre, qu'elle peuvent apporter au rétablissement d'un taux normal d'inflation. Cela suppose notamment de comprendre les effets de l'inflation sur la concurrence elle-même. Sachant que l'inflation affecte les prix, elle pourrait aggraver le risque d'annonces de prix coordonnées de la part des entreprises et nuire à la concurrence en augmentant les coûts de recherche pour les consommateurs.

167. En outre, si ces tâches font essentiellement partie de leurs travaux courants, il est utile d'examiner comment l'éventail de leurs travaux pourrait contribuer au mieux à abaisser l'inflation, à condition de ne pas saper leur efficacité à long terme. Il peut être utile, par exemple, d'opérer des changements mineurs dans les priorités accordées à différents ensembles de mesures potentielles. Comme il est noté plus haut, il ne s'agit pas d'un écart significatif par rapport aux normes, mais les autorités peuvent souhaiter mettre davantage l'accent sur les actions qui ont des effets plus rapides sur les prix, ont des retombées sur le plus grand nombre possible de marchés et visent à décourager les comportements qui semblent aggraver l'inflation.

168. Il faudra peut-être réorienter les activités de sensibilisation et de répression des autorités. Cela implique d'avoir conscience des risques pour la concurrence des interventions des pouvoirs publics telles que le contrôle des prix et de se méfier de certains types de comportements, comme les annonces de prix coordonnées. Il est également utile d'examiner en quoi les pressions exercées sur les autorités de la concurrence pour qu'elles agissent pourraient permettre de promouvoir les bénéfices de la concurrence auprès d'un public plus large. Cela pourrait inclure une note suffisamment prudente sur l'importance de la politique de concurrence dans la lutte contre l'inflation à long terme.

Notes de fin

¹ Voir l'Encadré 3 pour plus d'informations sur la recommandation.

² OCDE (2022), « Prix : Prix à la consommation », Principaux indicateurs économiques (base de données), https://www.oecd-ilibrary.org/fr/economics/data/prix/prix-a-la-consommations-base-de-donnees-complete_20a321db-fr. L'inflation moyenne de la zone OCDE (OCDE - Total) au 2^e trimestre 2022 par rapport à la même période de 2021 s'est établie à 9.7 %. Le taux d'inflation annuel moyen pour l'ensemble de la zone OCDE sur la période 2016-2020 était de 1.9 %.

³ La notion de prix « élevé » peut être difficile à définir. Ici, un prix est élevé s'il est nettement supérieur à celui que l'on anticiperait sur un marché concurrentiel fonctionnel.

⁴ La politique de la concurrence est définie largement ici comme la recherche d'une concurrence accrue sur les marchés, notamment par l'application du droit de la concurrence et la promotion d'une législation ou de réformes proconcurrentielles.

⁵ Bien entendu, pour la plupart des marchés, des hausses de prix même importantes n'entraîneraient que des augmentations mineures du taux d'inflation global d'une économie.

⁶ Il faut souligner qu'alors que les banques centrales n'ont généralement pas les moyens de contrôler le niveau de concurrence au sein d'une économie, elles sont habituellement tenues de respecter des objectifs d'inflation.

⁷ Voir, par exemple, l'analyse des anticipations d'inflation des services de la Banque centrale européenne, septembre 2022 : https://www.ecb.europa.eu/pub/projections/html/ecb.projections202209_ecbstaff-3eafaaee1a.fr.html

⁸ On mesure généralement l'inflation comme la variation moyenne des prix d'un ensemble de biens et de services. Des nuances techniques caractérisent les différentes mesures de l'inflation telles que l'indice des prix à la consommation (IPC) ou l'indice des prix de détail (IPD).

⁹ Pour donner un seul exemple des difficultés conceptuelles, il n'est pas simple d'estimer le taux réel de l'inflation face à d'importantes modifications des habitudes de consommation. Voir l'analyse de l'OCDE sur les difficultés potentielles de la mesure de l'inflation compte tenu des changements survenus dans la consommation pendant la pandémie de COVID-19 : <https://www.oecd.org/fr/sdd/prix-ppa/statistical-insights-consumption-shifts-and-inflation-measurement-during-covid-19.htm>

¹⁰ Au-delà des salaires, les revenus des pensions ou d'autres prestations, devraient eux aussi augmenter parallèlement à l'inflation. Notons que dans ces circonstances, le contexte inflationniste peut se dégrader,

car il en résulte ce qu'on appelle une « spirale des prix et des salaires », dans laquelle l'augmentation des salaires encourage la hausse des prix qui elle-même tire les salaires vers le haut, etc. Il semble que ce phénomène soit de moindre ampleur dans le contexte actuel, car les salaires réels déclinent dans l'ensemble. (OCDE, 2022^[53])

¹¹ Voir par exemple : American Bar Association, 31 janvier 2022, « Should Antitrust Be Used as an Anti-Inflation Tool? Live Recording of Debate at George Mason Law School » : https://www.americanbar.org/groups/antitrust_law/resources/podcasts/our-curious-amalgam/should-antitrust-be-used-as-anti-inflation-tool/; [The Guardian, Robert Reich, November 2021, We need to talk about the real reason behind US inflation:https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/nov/11/us-inflation-market-power-america-antitrust-robert-reich.](https://www.theguardian.com/commentisfree/2021/nov/11/us-inflation-market-power-america-antitrust-robert-reich)

¹² Voir par exemple : *The Washington Times*, Trevor Wagener, 14 mars 2022, « Corporate 'greed' is not the cause of inflation » : <https://www.washingtontimes.com/news/2022/mar/14/corporate-greed-is-not-the-cause-of-inflation/>; American Action Forum, 3 janvier 2022, Douglas Holtz-Eakin, « Antitrust Is Not Anti-inflation Policy » : <https://www.americanactionforum.org/daily-dish/antitrust-is-not-anti-inflation-policy/>;

¹³ Chicago Booth Initiative on Global Markets, 11 janvier 2022, « Inflation, Market Power, and Price Controls » : <https://www.igmchicago.org/surveys/inflation-market-power-and-price-controls/>

¹⁴ L'objectif est de mesurer l'intensité de la concurrence ou la puissance de marché des entreprises. Différents indicateurs de la concurrence servent de variables représentatives pour cela.

¹⁵ Même si les effets de l'inflation se concentrent sur un ou deux secteurs, ils comprennent quand même de nombreux marchés économiques distincts.

¹⁶ Une autre considération au-delà de la répercussion est que les entreprises pourraient utiliser les hausses de coûts elles-mêmes pour se coordonner à des niveaux de prix plus élevés. Cet aspect est analysé plus en détail dans la section suivante, consacrée à l'effet de l'inflation sur la concurrence.

¹⁷ Matt Stoller, par exemple, avançait fin 2021 que le pouvoir de fixation des prix des entreprises pourrait avoir contribué à environ 45 % de l'inflation aux États-Unis. Voir Matt Stoller, 29 décembre 2021, *Corporate Profits Drive 60% of Inflation Increases*: <https://mattstoller.substack.com/p/corporate-profits-drive-60-of-inflation?s=r>

¹⁸ Voir, par exemple, Economic Policy Institute, Josh Bivens, 21 avril 2022, « *Corporate profits have contributed disproportionately to inflation. How should policymakers respond?* » <https://www.epi.org/blog/corporate-profits-have-contributed-disproportionately-to-inflation-how-should-policymakers-respond/>. Une caractéristique importante de l'argument est que la croissance des salaires reste inférieure à l'inflation globale, ce qui, d'après les auteurs, implique que l'inflation n'est pas seulement une surchauffe de l'économie.

¹⁹ Ce serait particulièrement problématique si les variables manquantes sont corrélées avec les mesures de la concurrence. Dans ce cas, la relation estimative observée entre la concurrence et l'inflation pourrait être erronée et pourrait en réalité résulter de l'observation de la corrélation entre la concurrence et la variable manquante qui impacte l'inflation.

²⁰ Ce sera probablement vrai même si la modification des prix peut être coûteuse pour les entreprises en raison des coûts d'étiquetage (par exemple, mise à jour des étiquettes de prix, actualisation des supports marketing, communication des modifications aux clients).

²¹ Cela parce que les informations sur les prix ne sont valables que pendant de courtes périodes. En conséquence, les entreprises doivent acquérir des informations plus souvent pour avoir une bonne compréhension des prix du marché.

²² Ici, les termes de collusion et de coordination sont employés dans un sens économique, plutôt que pour désigner un comportement qui serait jugé contraire au droit de la concurrence.

²³ En outre, les questions empiriques analysées dans le cadre de l'estimation de l'effet de la concurrence sur l'inflation s'appliqueront sans doute ici aussi.

²⁴ Bien entendu, cette incitation existe indépendamment de toutes tensions inflationnistes. Outre le risque que des clients passent à la concurrence, des ventes pourraient être perdues parce que les clients achètent moins.

²⁵ Ces comportements sont traités différemment selon les régimes, et leur qualification de comportement réel de cartel est en dernier ressort une question juridique qui relève de chaque régime. Pour les besoins de l'analyse présentée dans cette section, nous distinguons les situations dans lesquelles un accord est trouvé à l'issue de discussions de celles dans lesquelles les entreprises agissent indépendamment les unes des autres tout en envoyant des signaux qui leur permettent de former des ententes mutuelles sur des résultats coordonnés.

²⁶ Voir, par exemple, des articles tels que : « The Hill, Inflation is providing cover for price fixing: economists », 19 juillet 2022 ; Tobias Burns, « Corporate profits have contributed disproportionately to inflation. *How should policymakers respond?* » <https://thehill.com/policy/finance/3564912-inflation-is-providing-cover-for-price-fixing-economists/>

²⁷ Bien sûr, une volonté de coordination et de communication pourrait conduire à des discussions ouvertes et illégales et à des accords sur les prix ou d'autres facteurs. La plupart des entreprises auront conscience des sanctions qu'elles encourent et seront peut-être suffisamment dissuadées.

²⁸ Des économistes ont décrit les conférences téléphoniques sur les résultats comme une tactique de coordination courante. Par exemple, Hal Singer le relève dans cet article : The Hill, « Inflation is providing cover for price fixing: economists », 19 juillet 2022, Tobias Burns, *Corporate profits have contributed disproportionately to inflation. How should policymakers respond?* » <https://thehill.com/policy/finance/3564912-inflation-is-providing-cover-for-price-fixing-economists/>

²⁹ Il existe un lien entre cette discussion et l'analyse de la coordination présentée plus haut, car la dispersion des prix implique un échec de la coordination des entreprises. Il faut souligner que même s'il était confirmé en moyenne que l'inflation accroît la dispersion des prix entre les entreprises, cela n'empêcherait pas certains marchés d'atteindre des résultats coordonnés.

³⁰ Voir, par exemple, cet article expliquant les récentes recherches conduites par des chercheurs en marketing à l'université Macquarie : *The Conversation*, 24 avril 2022, *Why getting less with shrinkflation is preferable to paying more*, <https://theconversation.com/why-getting-less-with-shrinkflation-is-preferable-to-paying-more-181326>

³¹ Cette incitation dépendra de la fonction de production, plus précisément de la baisse des coûts due à la diminution des volumes. Pour illustrer ceci, notons que dans les secteurs d'activité où les coûts sont relativement peu sensibles aux variations de prix, la baisse des coûts a peu de chances d'être suffisante pour que la pratique en vaille la peine par rapport à une hausse des prix.

³² Voir par exemple : *The American Prospect*, Hal Singer, 2 février 2022, « Antitrust Should Be Used to Fight Inflation », <https://prospect.org/economy/antitrust-should-be-used-to-fight-inflation/>.

³³ L'analyse relevait l'importance des effets de contagion dans la contribution de la politique de la concurrence à la baisse des prix et l'importance de la durée de l'effet.

³⁴ Ce chiffre représente toutefois une forte réduction car il était en moyenne supérieur à 3 ans jusqu'au début des années 2000. Toutefois, penser que ce délai pourrait être nettement raccourci semblerait optimiste.

³⁵ À titre d'exemple, une fusion qui réduit la concurrence mais qui procure des gains sur les coûts à court terme pouvant temporairement abaisser les prix dans un large secteur d'activité ne doit pas recevoir de traitement particulier, qu'il y ait inflation ou non.

³⁶ Par exemple, les autorités de la concurrence sont généralement chargées d'enquêter sur les fusions intervenant sur leur territoire et n'ont pas de contrôle sur les opérations qui sont envisagées.

³⁷ En effet, étant donné l'importance d'une économie concurrentielle dans la lutte à long terme contre l'inflation, renoncer à des politiques qui ont fait leurs preuves pourrait avoir des effets négatifs sur l'inflation.

³⁸ Définir largement et sachant que définir des groupes de consommateurs et les traiter différemment ne va pas sans difficulté.

³⁹ *Global Competition Review*, 13 septembre 2022, « Spanish enforcer opposes government's food price-fixing proposal » : <https://globalcompetitionreview.com/article/spanish-enforcer-opposes-governments-food-price-fixing-proposal>

⁴⁰ *The American Prospect*, Hal Singer, 2 février 2022, « Antitrust Should Be Used to Fight Inflation », <https://prospect.org/economy/antitrust-should-be-used-to-fight-inflation/>.

⁴¹ *Manuel de l'OCDE pour l'évaluation de l'impact sur la concurrence*, <https://www.oecd.org/daf/competition/assessment-toolkit.htm>

⁴² Voir : Allocution de Matthew Boswell, commissaire de la concurrence, Centre pour l'innovation dans la gouvernance internationale, 26 mai 2022 : <https://www.canada.ca/en/competition-bureau/news/2022/05/building-a-more-competitive-canada.html>

⁴³ Competition and Markets Authority, 5 mars 2020, « COVID-19: sales and pricing practices during coronavirus outbreak » : <https://www.gov.uk/government/news/covid-19-sales-and-pricing-practices-during-coronavirus-outbreak>

⁴⁴ Voir, par exemple, la récente discussion au Comité de la concurrence de l'OCDE sur la puissance d'achat et les ententes entre acheteurs : <https://www.oecd.org/daf/competition/purchasing-power-and-buyers-cartels.htm>

⁴⁵ Federal Register, *The Daily Journal of the United States Government*, 24 janvier 2022, « Revised Jurisdictional Thresholds for Section 7A of the Clayton Act » : <https://www.federalregister.gov/documents/2022/01/24/2022-01214/revised-jurisdictional-thresholds-for-section-7a-of-the-clayton-act>;

⁴⁶ Autorità Garante Della Concorrenza E Del Mercato, *Turnover Thresholds* : <https://en.agcm.it/en/scope-of-activity/competition/mergers-and-acquisitions/turnover-thresholds>

⁴⁷ Par exemple, il convient aussi de réfléchir à quel moment opérer les changements et s'ils s'appliqueront rétroactivement et comment. C'est particulièrement important pour les opérations dont la valeur est proche des seuils, y compris celles qui font l'objet d'une enquête mais se situeraient sous les seuils révisés.

⁴⁸ Les entreprises seront affectées par les changements et pourraient à ce titre vouloir influencer ou contester une décision. Un ajustement automatique sur la base d'un indice publié et respecté sera sans doute facile à administrer et ne sera probablement pas contesté, mais le choix de l'indice lui-même n'est pas forcément simple. Si le processus est transparent, cela peut apporter une sécurité aux entreprises, mais aussi les inciter à reporter des opérations après la prise d'effet des changements, créant un traitement réglementaire différent pour des opérations similaires en fonction de la date à laquelle elles sont déclarées.

⁴⁹ Même si le chiffre d'affaires annuel était publié au moment où l'amende a été fixée, le niveau général des prix pour les données de chiffre d'affaires daterait de six mois, car il aurait trait aux ventes réalisées au cours des 12 mois précédents. En période de très forte inflation, la valeur nominale de ces ventes historiques pourrait sensiblement sous-estimer la valeur réelle.

Bibliographie

- Ahn, S. (2002), « Competition, Innovation and Productivity Growth: A Review of Theory and Evidence », *Documents de travail du Département des affaires économiques de l'OCDE*, n° 317, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/182144868160>. [24]
- Akcigit, U. et al. (2021), « Rising Corporate Market Power: Emerging Policy Issues », *Staff Discussion Note*, Fonds monétaire international, <https://www.imf.org/en/Publications/Staff-Discussion-Notes/Issues/2021/03/10/Rising-Corporate-Market-Power-Emerging-Policy-Issues-48619> (consulté le 29 septembre 2022). [17]
- Andrews, D., P. Gal et W. Witheridge (2018), « A genie in a bottle? : Globalisation, competition and inflation », *Documents de travail du Département des affaires économiques de l'OCDE*, n° 1462, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/deda7e54-en>. [31]
- Asplund, M. et R. Friberg (1998), « Links between competition and inflation », *Quarterly review / Banque centrale de Suède*. [20]
- Autoridade da Concorrência (2022), « Competition and purchasing power in times of inflation ». [44]
- Banerjee, A. et B. Russell (2001), « The Relationship between the Markup and Inflation in the G7 Economies and Australia », vol. 83/2, pp. 377-384. [34]
- Böheim, M. (2008), « The Role of Competition Policy in the Fight against Inflation. An Overview of Possible Short-term Measures to Intensify Competition », *Austrian Economic Quarterly*, vol. 13/4, pp. 171-183, <https://ideas.repec.org/a/wfo/wquart/y2008i4p171-183.html> (consulté le 29 septembre 2022). [43]
- Bräuning, F. et al. (2022), *Cost-Price Relationships in a Concentrated Economy*, Federal Reserve Bank of Boston Research Department Paper, Current Policy Perspectives, No. 94265, https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=4118181 (consulté le 6 juillet 2022). [18]
- Calligaris, S., C. Criscuolo et L. Marcolin (2018), « Mark-ups in the digital era », *OECD Science, Technology and Industry Working Papers*, n° 2018/10,, Éditions OCDE, https://www.oecd-ilibrary.org/industry-and-services/mark-ups-in-the-digital-era_4efe2d25-en (consulté le 17 octobre 2022). [15]
- Cavelaars, P. (2003), « Does Competition Enhancement Have Permanent Inflation Effects? », *Kyklos*, vol. 56/1, pp. 69-94, <https://doi.org/10.1111/1467-6435.00210>. [27]
- Chen, N., J. Imbs et A. Scott (2004), « Competition, Globalization, and the Decline of Inflation », *SSRN Electronic Journal*, <https://doi.org/10.2139/SSRN.588083>. [25]

- Chirinko, R. et S. Fazzari (2000), « Market Power and Inflation », *Review of Economics and Statistics*, vol. 82/3, pp. 509-513, <https://doi.org/10.1162/003465300558867>. [40]
- Cizkowicz, P. et A. Rzońca (2013), « Does Inflation Harm Corporate Investment? Empirical Evidence from OECD Countries », *Economics*, vol. 7/1, pp. 2013-2029, <https://doi.org/10.5018/economics-ejournal.ja.2013-16>. [5]
- Collard, F. et H. Dellas (2007), « The Great Inflation of the 1970s », *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 39/2-3, pp. 713-731, <https://doi.org/10.1111/J.0022-2879.2007.00043.X>. [47]
- 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, <https://doi.org/10.1093/qje/qjz041>. [11]
- De Loecker, J., C. Fuss et J. Van Biesebroeck (2018), « Markup and price dynamics: linking micro to macro. Banque nationale de Belgique, Working Paper n° 357 », <https://www.nbb.be/en/articles/markup-and-price-dynamics-linking-micro-macro> (consulté le 26 septembre 2022). [13]
- Digital.com (2022), *More than half of retail businesses are using inflation to price gouge - Digital.com*, <https://digital.com/half-of-retail-businesses-using-inflation-to-price-gouge/> (consulté le 29 septembre 2022). [22]
- Döpfer, H. et al. (2022), « Rising Markups and the Role of Consumer Preferences », *Harvard Business School, Working Paper 22-025*. [16]
- Duca, J. et D. VanHoose (2000), « Has Greater Competition Restrained U. S. Inflation? », *Southern Economic Journal*, vol. 66/3, p. 729, <https://doi.org/10.2307/1061435>. [28]
- Duersch, P. et T. Eife (2014), « Price Competition in an Inflationary Environment », *VfS Annual Conference 2014 (Hamburg): Evidence-based Economic Policy*. [33]
- Fonds monétaire international (2019), *The Rise Of Corporate Market Power And Its Macroeconomic Effects, Chapter 2*, World Economic Outlook. [14]
- Forbes, K. (2019), « Has globalization changed the inflation process? », <http://www.bis.org> (consulté le 26 septembre 2022). [52]
- Funk, P. et B. Kromen (2010), « Inflation and innovation-driven growth », *B.E. Journal of Macroeconomics*, vol. 10/1, <https://doi.org/10.2202/1935-1690.1792/MACHINEREADABLECITATION/RIS>. [36]
- Gwin, C. et B. Taylor (2004), « The Role of Search Costs in Determining the Relationship between Inflation and Profit Margins », *Journal of Money, Credit and Banking*, vol. 36/1, pp. 139-149, <https://ideas.repec.org/a/mcb/jmoncb/v36y2004i1p139-49.html> (consulté le 22 août 2022). [35]
- Haug, A. et W. Dewald (2004), « Longer-term Effects of Monetary Growth on Real and Nominal Variables, Major Industrial Countries, 1880-2001 », *European Central Bank - Working Paper Series*, vol. 382, <http://www.clevelandfed.org/research/tjfbandpass/htm>. (consulté le 29 septembre 2022). [3]

- Hosny, A. (2014), « Product market competition and inflation persistence », *Contemporary Studies in Economic and Financial Analysis*, vol. 96, pp. 211-219, <https://doi.org/10.1108/S1569-375920140000096008/FULL/XML>. [30]
- Ioannidis, C. et M. Silver (2001), « Inter-Country Differences in the Relationship Between Relative Price Variability and Average Prices », *Journal of Political Economy*, vol. 109/2, pp. 355-374, <https://doi.org/10.1086/319555>. [41]
- Janger, J. et P. Schidt-Dengler (2010), *The Relationship between Competition and Inflation*, Oesterreichische Nationalbank (Banque centrale autrichienne), <https://ideas.repec.org/a/onb/oenbmp/y2010i1b3.html> (consulté le 6 mai 2022). [29]
- Koltay, G., S. Lorincz et T. Valletti (2022), « Concentration and Competition: Evidence from Europe and Implications for Policy », *SSRN Electronic Journal*, <https://doi.org/10.2139/SSRN.4069206>. [12]
- Konczal, M., N. Lusiani et R. Institute (2022), « Prices, Profits, and Power: An Analysis of 2021 Firm-Level Markups ». [21]
- Lach, S. et D. Tsiddon (1992), « The Behavior of Prices and Inflation: An Empirical Analysis of Disaggregated Price Data », *Journal of Political Economy*, vol. 100/2, pp. 349-389, <https://doi.org/10.1086/261821>. [42]
- OCDE (2022), *OECD Competition Trends 2022*, <http://www.oecd.org/competition/oecd-competition-trends.htm> (consulté le 1 octobre 2022). [51]
- OCDE (2022), *Perspectives de l'emploi de l'OCDE 2022 : Reconstruire des marchés du travail plus inclusifs*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/f4bcd6ab-fr>. [53]
- OCDE (2022), *Perspectives économiques de l'OCDE, Rapport intermédiaire, septembre 2022 : Payer le prix de la guerre*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/4c8d9c61-fr>. [9]
- OCDE (2022), *Perspectives économiques de l'OCDE, Volume 2022 Numéro 1*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/ede49c4e-fr>. [7]
- OCDE (2022), *Pourquoi les gouvernements devraient cibler le soutien dans un contexte de prix élevés de l'énergie*, <https://www.oecd.org/ukraine-hub/policy-responses/pourquoi-les-gouvernements-devraient-cibler-le-soutien-dans-un-contexte-de-prix-eleves-de-l-energie-26afd50c/https://www.iea.org/reports/oil-> (consulté le 17 octobre 2022). [8]
- OCDE (2022), *Purchasing Power And Buyers' Cartels*, Competition Policy Roundtable Background Note, <https://www.oecd.org/daf/competition/purchasing-power-and-buyers-cartels.htm>. (consulté le 3 octobre 2022). [50]
- OCDE (2021), « Methodologies to Measure Market Competition », <https://www.oecd.org/daf/competition/methodologies-to-measure-market-> (consulté le 26 septembre 2022). [10]
- OCDE (2021), *Perspectives économiques de l'OCDE, Volume 2021 Numéro 2*, Éditions OCDE, Paris, <https://doi.org/10.1787/09bf9e01-fr>. [6]
- OCDE (2020), « Exploitative pricing in the time of COVID-19 », <https://www.oecd.org/competition/Exploitative-pricing-in-the-time-of-COVID-19.pdf> (consulté le 17 octobre 2022). [49]

- OCDE (2020), *OECD Competition Trends 2020*, <https://www.oecd.org/competition/oecd-competition-trends.htm> (consulté le 1 octobre 2022). [46]
- OCDE (2018), *Market Studies Guide for Competition Authorities*, <http://www.oecd.org/daf/competition/market-studies-guide-for-competition-authorities.htm> (consulté le 3 octobre 2022). [48]
- OCDE (2017), « Algorithms and Collusion », <https://www.oecd.org/competition/algorithms-and-collusion.htm>. [32]
- OCDE (2013), « Competition Issues in the Food Chain Industry », <https://www.oecd.org/daf/competition/CompetitionIssuesintheFoodChainIndustry.pdf> (consulté le 22 août 2022). [2]
- OCDE (2012), « Competition and Commodity Price Volatility », <https://www.oecd.org/daf/competition/CompetitionAndCommodityPriceVolatility2012.pdf> (consulté le 22 août 2022). [1]
- OCDE (2012), *Unilateral Disclosure of Information with Anticompetitive Effects*, Division de la concurrence de l'OCDE, <https://www.oecd.org/daf/competition/Unilateraldisclosureofinformation2012.pdf> (consulté le 17 octobre 2022). [39]
- OCDE (2010), *Information Exchanges Between Competitors under Competition Law*, Division de la concurrence de l'OCDE, <https://www.oecd.org/daf/competition/48379006.pdf>. [37]
- OCDE (2008), *Trade Associations*, Division de la concurrence de l'OCDE, <http://www.oecd.org/competition> (consulté le 17 octobre 2022). [38]
- Przybyla, M. et M. Roma (2005), « Does Product Market Competition Reduce Inflation? Evidence From Eu Countries And Sectors », http://ssrn.com/abstract_id=676404. (consulté le 3 mai 2022). [23]
- RBB Economics (2014), *Cost pass-through: theory, measurement, and potential policy implications*, A report for the Office of Fair Trading. [19]
- Romain Duval et al. (2021), « Market Power and Monetary Policy Transmission », FMI, <https://www.imf.org/en/Publications/WP/Issues/2021/07/09/Market-Power-and-Monetary-Policy-Transmission-461332> (consulté le 29 septembre 2022). [26]
- Siklos, P. et al. (2018), « The Anatomy Of Inflation: An Economic History Perspective », *CAMA Working Paper No. 8/2018*. [4]
- Union européenne (2022), *Modelling the macroeconomic impact of competition policy: 2021 update and further development*, direction générale Concurrence, direction générale Centre commun de recherche, direction générale Affaires économiques et financières, https://competition-policy.ec.europa.eu/system/files/2022-03/kdaq22001enn_macro-economic_impact_of_competition_policy_2021.pdf (consulté le 19 septembre 2022). [45]