

**Non classifié**

**Français - Or. Anglais**

10 janvier 2020

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

**Résumé analytique de l'audition sur la concentration du marché**

**Annexe au compte-rendu succinct de la 129<sup>e</sup> réunion du Comité de la concurrence  
tenue les 6-8 juin 2018**

7 juin 2018

Ce résumé analytique établi par le Secrétariat de l'OCDE présente les conclusions essentielles de la discussion menée pendant la 129<sup>e</sup> réunion du Comité de la concurrence les 6-8 juin 2018.

On trouvera d'autres documents sur le même sujet à l'adresse suivante :  
[www.oecd.org/daf/competition/market-concentration.htm](http://www.oecd.org/daf/competition/market-concentration.htm)

Pour toute question à propos de ce document, prière de contacter M. Chris PIKE.  
[E-mail : [chris.pike@oecd.org](mailto:chris.pike@oecd.org)]

**JT03456529**

## *Résumé analytique de l'audition sur la concentration du marché*

par le Secrétariat\*

Plusieurs points clés se dégagent des discussions menées au cours de l'audition et des soumissions écrites des délégués et des experts :

**1. La concentration est un moyen de quantifier la structure d'un marché. Elle peut s'appuyer sur différentes mesures de l'activité des entreprises présentes sur un marché. Certaines statistiques synthétiques peuvent aussi être utilisées pour comparer le degré de concentration d'un marché à un autre, ou pour suivre comment la concentration d'un marché évolue dans le temps. On observe depuis peu une évolution de la concentration sectorielle dans un certain nombre de pays, ce qui a conduit certains auteurs à se demander si l'intensité de la concurrence est aujourd'hui moindre qu'elle ne l'était auparavant et si une intervention des pouvoirs publics est devenue nécessaire.**

La concentration des parts d'activité de différentes entreprises sur un marché détermine la structure de ce marché. Différents éléments d'information peuvent être utilisés pour mesurer l'activité d'une entreprise, par exemple le nombre de marchandises ou de services produits, le nombre des ventes, les revenus tirés de ces ventes ou les volumes qui pourraient être produits compte tenu des capacités de l'entreprise.

Pour comparer le degré de concentration d'un marché à celui d'un autre, ou pour suivre l'évolution de la concentration d'un marché dans le temps, il est souvent utile de s'appuyer sur des données synthétiques uniques pour les marchés concernés. Le taux de concentration exprime la part de marché des plus grandes entreprises présentes sur un marché. Cependant, il ne fournit aucune indication sur la répartition des parts de marché à l'intérieur ou en dehors de ces entreprises. C'est pourquoi, lorsque les données le permettent, l'indice de Hirschman-Herfindahl (IHH) offre une meilleure représentation de la structure de marché. Cet indice est calculé en additionnant le carré des parts de marché de toutes les entreprises. La valeur obtenue s'échelonne entre un chiffre proche de zéro et 10 000. Toutefois, dans les marchés où les entreprises ont des actionnaires minoritaires en commun, certains ajustements de l'indice sont nécessaires pour représenter de manière adéquate la structure de marché.

Le taux de concentration sectorielle semble évoluer dans un certain nombre de pays. Aux États-Unis, par exemple, la concentration augmente dans la plupart des treize classifications sectorielles : cette augmentation, encore assez faible dans les services, le commerce de gros et le secteur manufacturier, est plus marquée dans les services financiers et le commerce de détail. On observe aussi une légère augmentation de la concentration au Japon, en Allemagne et en France, mais aucune évolution similaire en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni.

---

\* Ce résumé analytique n'exprime pas nécessairement le point de vue consensuel du Comité de la concurrence. Il présente sous une forme succincte les points clés de la discussion, le document de fond et les exposés des panélistes.

**2. Il ne faut pas confondre la concentration du marché avec le pouvoir de marché ou l'intensité de la concurrence, qui est l'élément le plus important du point de vue du consommateur. La concentration du marché peut constituer un indicateur du pouvoir de marché mais elle présente, en tant que mesure, un certain nombre d'insuffisances. En outre, mesurer la concentration dans un secteur en l'absence de moyennes statistiques de la concentration du marché aboutit à des résultats par trop imprécis pour permettre d'établir si l'intensité de la concurrence évolue ou non.**

La mesure de la concentration dans un marché de produits substituables peut renseigner sur l'évolution du pouvoir de marché, surtout si les produits sont largement homogènes. Cependant, un marché concentré n'est pas nécessairement un marché où la concurrence est absente ; la concentration peut être le résultat d'une concurrence intense favorable à l'innovation ou à la baisse des prix, qui a permis à un petit nombre d'entreprises d'accroître leur volume d'activité et contraint des entreprises moins efficaces à quitter le marché. De même, hors des marchés définis comme des marchés de produits substituables, un marché apparemment non concentré peut présenter certains aspects de pouvoir de marché, par exemple une forte différenciation des produits ou la réticence des consommateurs à changer de marque. La concentration du marché n'est donc au mieux qu'un indicateur imparfait du pouvoir de marché et non une mesure définitive.

Chaque secteur d'activité comprenant malheureusement de très nombreux marchés, il est pratiquement impossible de calculer les moyennes statistiques de la concentration du marché dans tel ou tel secteur, et de suivre leur évolution dans le temps. Les décideurs, qui ont besoin de connaître l'évolution du pouvoir de marché dans une industrie ou dans l'ensemble d'une économie, ne peuvent avoir accès à des moyennes statistiques de la concentration du marché. Ils disposent en revanche de statistiques sur la concentration sectorielle tirées des données de recensement administratif des entreprises. Le problème est que ces mesures souffrent des limitations propres aux classifications utilisées pour ce recensement. Dans bien des cas, elles ne distinguent aucunement les différentes étapes de la chaîne de l'offre, ne tiennent pas compte du lieu de vente et ignorent la substituabilité des produits. En conséquence, comme on l'a vu au cours de l'audition, les classifications sur lesquelles reposent les données de recensement des entreprises délimitent en général un champ qui excède de plus de cent fois les dimensions du marché antitrust pertinent. Les données obtenues sur cette base peuvent donc suggérer une augmentation de la concentration lorsque tel n'est pas le cas ou lorsque la concentration du marché a en fait baissé.

La concentration sectorielle, bien que n'étant pas un indicateur fiable du niveau de la concurrence dans un secteur particulier, est néanmoins utile pour cerner l'évolution de la structure d'un secteur, par exemple l'évolution du rôle des PME. En revanche, l'examen de la concentration du marché peut être source d'indications utiles sur l'évolution de la structure de marché, en étant mieux apte à signaler les changements qui se produisent en termes de pouvoir de marché. Toutefois, cela ne sera possible que sur la base d'une définition adéquate des marchés tenant compte à la fois du caractère local de certains marchés, de la polyvalence d'autres marchés et de l'unité de mesure appropriée dans chaque cas.

**3. Il existe heureusement d'autres indicateurs du pouvoir de marché, qui sont plus faciles à calculer que le taux moyen de concentration du marché et plus significatifs que les mesures de la concentration sectorielle. L'évolution récente de ces indicateurs a coïncidé en gros avec l'évolution de la concentration sectorielle et, bien que la concentration sectorielle ne constitue pas une mesure fiable, l'augmentation observée**

**dans ce cas s'est révélée exacte : le pouvoir de marché semble effectivement avoir augmenté en moyenne dans de nombreux pays.**

Les changements observés au niveau de la concentration sectorielle ont incité les analystes à examiner l'évolution d'autres indicateurs du pouvoir de marché tels que les estimations des majorations de prix, les mesures de la rentabilité, la production et les taux d'entrée et de sortie. Ces indicateurs ne dépendent pas de la définition du marché et les données correspondantes peuvent donc être recueillies sans avoir à définir au préalable les marchés pertinents, ni à recourir aux classifications administratives des secteurs d'activité. Bien que chacun d'eux présente des problèmes de mesure particuliers, ils forment collectivement un ensemble d'outils prometteurs à l'intention des décideurs qui cherchent à déterminer les grandes tendances de l'évolution du pouvoir de marché.

L'audition a montré que la profitabilité et les marges bénéficiaires ont augmenté en Europe et aux États-Unis. Dans le même temps, les taux d'entrée ont fortement baissé aux États-Unis, en Allemagne, en France et dans un certain nombre d'autres pays, alors qu'ils semblent avoir augmenté en Italie, en Espagne et au Royaume-Uni. Au Japon, la profitabilité a connu une forte baisse et l'on a observé un degré d'attrition important au niveau des principales entreprises de chaque secteur, qui a légèrement augmenté dans le temps. Dans de nombreux pays, la croissance de la production est restée en-deçà des niveaux historiques. Pris ensemble, ces indicateurs semblent donc indiquer que le pouvoir de marché a augmenté en moyenne dans un grand nombre de pays.

**4. Les causes de l'augmentation du pouvoir de marché demeurent cependant incertaines. Cette évolution pourrait s'expliquer par une baisse d'intensité de la concurrence, mais elle pourrait également être le produit d'une forte concurrence. En outre, même si l'on admet que la concurrence a baissé en moyenne, il est difficile d'identifier les facteurs qui sont à l'origine de cette baisse, et donc de déterminer comment il faudrait ajuster les politiques.**

Lorsque la concurrence est efficace, on peut s'attendre à ce que les entreprises rivalisent en termes d'efficacité et d'innovation, ainsi que pour acquérir un pouvoir de marché. Dans les marchés concurrentiels, il est donc normal d'observer que des firmes efficaces et innovantes parviennent à obtenir un pouvoir de marché temporaire. Toutefois, même si la détention d'un pouvoir de marché à court terme est nécessaire et souhaitable, la conservation de ce pouvoir à long terme signale une défaillance du marché concerné.

L'augmentation soutenue de la rentabilité et des marges dans certains pays semble indiquer que l'augmentation du pouvoir de marché n'est pas tout à fait anodine et pourrait refléter une baisse de la concurrence. Si tel est le cas, une modification des politiques pourrait être nécessaire. Cependant, comme on ignore ce qui pourrait être à l'origine du recul de la concurrence, il est difficile de déterminer quelles politiques modifier et l'ampleur des ajustements nécessaires. Par exemple, dans l'éventualité où des normes et réglementations – ou des subventions – faussent le jeu de la concurrence en favorisant l'acquisition d'un pouvoir de marché, il peut être nécessaire de créer ou d'affiner certains outils pour remédier à l'absence de neutralité concurrentielle. En revanche, si les consommateurs deviennent de moins en moins sensibles aux variations de prix, l'introduction de mesures proactives du côté de la demande peut être nécessaire.

Certains participants à l'audition ont fait valoir, d'autre part, que l'augmentation de la concentration du marché, bien que n'étant pas la seule cause de la baisse de la concurrence, pourrait y contribuer de façon importante, et qu'une application plus rigoureuse du droit de la concurrence est sans doute requise à cet égard. Les évaluations *ex post* indiqueraient en

particulier que les décisions relatives aux opérations de fusion pèchent parfois par excès de prudence. Le Royaume-Uni, par exemple, a indiqué qu'il faisait souvent preuve d'une bienveillance excessive à l'égard des parties à la fusion en évaluant de façon quelque peu optimiste les possibilités d'entrée de nouvelles entreprises sur le marché ; d'autres pays ont noté que certaines fusions autorisées s'étaient traduites par des augmentations de prix. Il a également été signalé que le développement de formes de propriété commune ne donnant pas lieu à l'ouverture d'une procédure de contrôle des fusions a entraîné une augmentation de la concentration, et que la réglementation relative aux pratiques d'éviction a en fait été assouplie pendant la période considérée, en rendant plus difficile pour les autorités de la concurrence d'engager des procédures en relation avec de telles pratiques.

**5. En raison de l'incertitude sur l'existence ou non d'un lien de causalité entre la concentration du marché et la baisse de la concurrence, réformer de fond en comble le droit et les politiques de la concurrence afin de mettre au premier plan la structure de marché serait une erreur. Les interventions rudimentaires de type réglementaire sont également à éviter. Plus prometteurs sans doute seront non seulement le travail de réévaluation par les autorités de la concurrence des risques de sous-application ou de sur-application du droit de la concurrence, mais aussi les réformes qui leur permettront de passer en revue l'ensemble des caractéristiques d'un marché susceptibles de contribuer à la baisse de la concurrence, en exigeant de ces autorités qu'elles interviennent pour remédier aux problèmes observés et en leur donnant les moyens de le faire.**

Comme on ignore dans quelle mesure les pratiques de contrôle des fusions ont pu contribuer à une baisse de la concurrence, et en l'absence d'un lien bien défini entre structure de marché et intensité de la concurrence, il serait erroné de privilégier la structure de marché, au détriment de certains effets, dans le droit et les politiques de la concurrence (ainsi que de recourir à des solutions réglementaires comme le plafonnement des parts de marché). Une réponse proportionnée doit se fonder à la fois sur le maintien de l'attention privilégiée accordée aux effets et sur une application plus vigoureuse des procédures de contrôle des fusions et de la réglementation antitrust en général.

Le constat d'une augmentation des marges doit constituer en tant que tel un motif de vigilance accru, car cela accroît l'incitation pour les parties à une fusion à relever le niveau des prix après la fusion, et pour les firmes dominantes à évincer leurs rivales du marché. Les autorités de la concurrence auront aussi tout à gagner de l'introduction de mesures aptes à les rendre moins soucieuses des risques de sur-application et plus inquiètes des conséquences d'une sous-application éventuelle de la réglementation antitrust. Elles devraient par exemple établir et/ou renforcer à cette fin certaines présomptions structurelles (ou non structurelles). L'audition a montré que les évaluations *ex post* permettent déjà aux autorités de la concurrence de mettre à profit le réexamen des procédures antérieures pour mieux calibrer les risques de sous-application et de sur-application du droit de la concurrence. Ce travail doit se poursuivre et, comme suggéré au cours des débats, il serait utile de l'étendre à l'analyse des prévisions formulées par les autorités de la concurrence.

Devant l'incertitude quant aux causes effectives d'une baisse de la concurrence, la solution privilégiée consistera à entreprendre une étude de marché reposant sur une approche holistique du marché concerné, afin de pouvoir diagnostiquer ses tares spécifiques (et de mesurer exactement son taux de concentration). Pour être efficace, une telle étude, qu'il sera difficile de mener à bien en l'absence de pouvoirs de collecte de l'information, devra être conçue dans la perspective d'une intervention de l'autorité de la concurrence et donner à cette dernière les moyens de remédier aux caractéristiques problématiques observées sur un marché.