

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

**Résumé des discussions tenues lors de l'audition d'experts sur les méthodes utilisées
pour mesurer la concurrence sur le marché**

Annexe au compte rendu succinct de la 135e réunion du Comité de la concurrence

11 juin 2021

Ce résumé établi par le Secrétariat de l'OCDE présente les principales conclusions des discussions tenues lors de l'audition d'experts sur les méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché, organisée par le Comité de la concurrence le 11 juin 2021.

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

Pour toute question sur ce document, veuillez contacter M. Antonio CAPOBIANCO.
Courriel : Antonio.CAPOBIANCO@oecd.org

JT03509904

Résumé des discussions tenues lors de l'audition d'experts sur les méthodes utilisées pour mesurer la concurrence sur le marché

Par le Secrétariat*

Plusieurs points essentiels se sont dégagés des discussions qui ont eu lieu au cours de l'audition, ainsi que des contributions écrites des délégués et des experts :

1. La capacité à mesurer, suivre et comparer de manière fiable l'intensité concurrentielle d'un marché peut fournir des informations précieuses à l'appui de la prise de décision des autorités de la concurrence et autres décideurs. Toutefois, mesurer la concurrence n'est pas tâche aisée. La concurrence est un concept complexe qui, de surcroît, n'est pas directement observable. Plusieurs indicateurs tentent d'en mesurer l'intensité, mais ils ne permettent pas de tirer des conclusions irréfutables à cet égard.

L'intensité de la concurrence n'est pas observable directement. Plusieurs indicateurs tentent cependant de la mesurer. Ils mesurent deux grandes formes de concurrence : la concurrence conçue comme un état statique et la concurrence vue comme un processus dynamique de rivalité. Ils peuvent être répartis dans plusieurs catégories : indicateurs structurels, indicateurs de performance, indicateurs dynamiques et indicateurs de la perception de la concurrence par les consommateurs et les entreprises.

1. Les indicateurs structurels (parts de marché, coefficients de concentration et indice de Herfindahl-Hirschman) portent sur certains aspects de la structure du marché. Ils mesurent la concurrence vue comme un état statique.
2. Les indicateurs structurels dynamiques (taux d'entrée et de sortie, âge moyen des entreprises, volatilité des parts de marché, concentration et rang) cherchent à mesurer la concurrence vue comme une dynamique de rivalité continue. Les entreprises peu efficaces sortent du marché et sont remplacées par de nouveaux entrants plus efficaces. Un marché est concurrentiel quand les entreprises rivales exercent une menace suffisante pour inciter l'acteur en place à s'améliorer pour conserver son avantage concurrentiel (amélioration de la qualité, baisse du prix, offre de nouveaux services, développement de l'innovation, etc.).
3. Les indicateurs de performance (marge, profit, modèle de Panzar et Rosse, qui mesurent la concurrence vue comme un état statique, et indicateur de Boone, qui la mesure en tant que processus dynamique de rivalité continue), également dénommés indicateurs non structurels, ont pour but d'évaluer directement le comportement des entreprises du point de vue de la concurrence et portent donc sur la performance des entreprises plutôt que sur la structure du marché.
4. Les enquêtes menées auprès des consommateurs et des entreprises peuvent également fournir des données indirectes utiles sur le bon fonctionnement ou non de la concurrence. Elles renseignent sur la question de savoir si les marchés sont perçus comme fonctionnant bien. Une perception négative peut être le signe que

* Ce résumé ne reflète pas nécessairement un consensus au sein du Comité de la concurrence. Il récapitule néanmoins les points essentiels des débats qui ont eu lieu au cours de l'audition, en particulier les vues des intervenants et les contributions écrites et orales des délégués.

des problèmes de concurrence ou de protection des consommateurs, voire ces deux types de problèmes, se posent.

2. Il est important de faire appel à plusieurs indicateurs pour mesurer l'intensité de la concurrence. Pris individuellement, les indicateurs ne fournissent que des informations limitées, tandis qu'ensemble, ils peuvent apporter un éclairage utile. Dans l'idéal, il faudrait faire appel à un ensemble d'outils comprenant des indicateurs structurels et de performance, mesurant la concurrence statique et la concurrence dynamique, reposant sur des données recueillies au niveau de l'entreprise et du secteur d'activité et permettant d'effectuer des comparaisons au sein d'un secteur et entre secteurs.

Il n'existe pas de consensus sur l'indicateur qui peut être considéré comme idéal pour évaluer l'intensité de la concurrence. Pris individuellement, les indicateurs ne fournissent que des informations limitées, mais ensemble, ils peuvent apporter un éclairage utile et permettre une meilleure compréhension des tendances de la concurrence.

La concurrence peut revêtir différentes formes en raison de plusieurs variables stratégiques (prix, qualité des produits, marque, etc.), si bien qu'aucun indicateur de concurrence ne peut à lui seul permettre de détecter avec certitude une évolution de l'intensité de la concurrence.

Dans l'idéal, il faudrait faire appel à un ensemble d'indicateurs comprenant des indicateurs structurels et de performance, mesurant la concurrence statique et la concurrence dynamique, reposant sur des données recueillies au niveau de l'entreprise et du secteur d'activité et permettant d'effectuer des comparaisons au sein d'un secteur et entre secteurs.

De plus, la batterie d'indicateurs à retenir peut varier d'un marché à l'autre. La connaissance des modèles économiques des entreprises facilite le choix de la batterie d'indicateurs la plus adaptée à un marché donné.

3. La concurrence entre entreprises s'analyse au sein d'un marché pertinent bien défini. Or, il est fréquent que les données ne soient disponibles qu'à un niveau agrégé (par exemple sectoriel) ou au niveau de l'entreprise. En principe, les marchés pertinents au sens du droit de la concurrence sont plus étroits que les secteurs (mais peuvent aussi être plus larges). En conséquence, même si les problèmes d'agrégation sont sans doute inévitables compte tenu des données disponibles, il est important d'en tenir compte dans l'interprétation des résultats et lorsque l'on évalue le risque d'inadaptation des données à l'objectif poursuivi.

La plupart des études s'appuient sur des données recueillies au niveau du secteur ou de l'entreprise. Or, aucune de ces deux catégories de données n'est idéale pour mesurer la concurrence, celle-ci se déroulant dans des marchés de produits et géographiques pertinents bien définis.

Les données sectorielles peuvent porter sur un grand nombre de marchés pertinents. Dès lors, les analyses qui reposent sur ce type de données agrégées ne permettent pas toujours de repérer les marchés où des problèmes se posent. Un scénario simple en fournit une illustration : soit 10 marchés pertinents au sein d'un secteur désigné par un code ; des entreprises différentes détiennent 100 % de chacun de ces marchés. À ce niveau de la classification sectorielle, le coefficient de concentration C3 serait donc de 30 %, alors que l'on serait en réalité en présence de 10 monopoles.

De récents travaux de recherche font appel à une base de données nouvelle, constituée à partir des décisions rendues par l'Union européenne dans le cadre du contrôle des fusions, pour calculer l'IHH dans des marchés de produits et géographiques pertinents au sens du droit de la concurrence. Il en ressort que l'IHH est nettement plus élevé que les valeurs

calculées dans les études existantes et qu'en moyenne, la concentration augmente. Toutefois, on observe une forte disparité entre les marchés pertinents.

4. Les autorités de la concurrence mesurent la concurrence dans le cadre d'activités diverses, liées à l'application du droit de la concurrence ou non. En dehors de l'application du droit de la concurrence, les indicateurs de concurrence peuvent faciliter leurs activités de promotion de la concurrence et l'évaluation *ex post* de l'efficacité de la politique de la concurrence. L'indicateur idéal dépend de l'objectif poursuivi.

Dans le contexte de l'application du droit de la concurrence (contrôle des fusions et abus de position dominante), schématiquement, les autorités évaluent si la « concurrence est affaiblie de manière significative », si une opération risque « d'entraver de manière significative une concurrence effective » ou s'il y a un « effet négatif sur la concurrence ». Le choix de l'indicateur dépend de chaque affaire, plus précisément des caractéristiques du marché et des données disponibles. Parmi les outils de mesure souvent utilisés par les autorités de la concurrence figurent, entre autres, les indicateurs de concentration du marché (ex. : analyse des parts de marché, augmentation de la part de marché, IHH et coefficient C4), des indicateurs de rentabilité (marge/évolution des marges et comparaison entre agents) et des indicateurs de contestabilité du marché (ex. : nombre de concurrents restants, parts de marché des principaux concurrents/importateurs et rapport importations/exportations).

Les autorités de la concurrence peuvent utiliser des outils de mesure de la concurrence au niveau du secteur d'activité ou de l'économie dans son ensemble afin de définir des priorités et de faciliter leurs actions de promotion de la concurrence. Cette analyse peut permettre de repérer les secteurs dans lesquels elles peuvent avoir à se montrer plus vigilantes, de même que les domaines dans lesquels des travaux sont nécessaires ou des marchés qui pourraient faire l'objet d'une étude de marché. Il est ressorti des débats que jusqu'à présent, ces indicateurs ont été peu utilisés pour sélectionner des marchés susceptibles de faire l'objet d'actions de promotion de la concurrence. Il ne serait certes pas judicieux de s'en remettre à une application mécanique de ces indicateurs pour sélectionner ces marchés, mais l'analyse pourrait probablement aider les autorités de la concurrence à prendre des décisions plus éclairées.

Enfin, certaines autorités de la concurrence font usage de ces indicateurs au niveau d'un secteur et de l'économie dans son ensemble pour évaluer l'efficacité de la politique de la concurrence. Ces dernières années, la crainte de voir la concurrence faiblir et l'application du droit de la concurrence diminuer a suscité un regain d'intérêt pour les indicateurs de la concurrence, qui peuvent être utilisés pour défendre la légitimité de la politique de la concurrence.

5. La coopération entre autorités de la concurrence pourrait faciliter l'échange de bonnes pratiques et de stratégies susceptibles de leur permettre de surmonter des problèmes communs en matière de mesure de la concurrence sur le marché. En outre, la coopération avec le monde de la recherche et avec d'autres organismes publics (instituts de la statistique par exemple) est un bon moyen de résoudre certains des problèmes liés aux données et à la méthodologie qui doivent encore être surmontés pour que la concurrence puisse être mesurée avec fiabilité.

La table ronde a montré la diversité des approches adoptées par les autorités de la concurrence pour mesurer la concurrence sur les marchés. La plupart des délégations qui ont soumis une contribution sont confrontées à des problèmes similaires, et d'importantes avancées pourraient être accomplies grâce à la coordination et à une harmonisation de la collecte de données. La coordination avec les instituts nationaux de la statistique pourrait

assurer l'adéquation entre les données collectées et l'objectif de l'évaluation de la concurrence dans les marchés pertinents.

Un exemple dans lequel une coordination efficace avec les organismes publics et l'institut national de la statistique a permis d'élaborer un indicateur de suivi de l'environnement concurrentiel et de collecter les données nécessaires à sa mesure a été cité. Dans un autre exemple, l'autorité a utilisé des données de l'institut national de la statistique pour assurer un suivi des marchés dans le secteur de l'extraction minière et dans le secteur manufacturier.