

Economie contemporaine de la concurrence

Qu'est-ce que la concurrence ?
S'essouffle-t-elle?

A cause des entreprises superstars?

L'inégalité croissante entre entreprises et ses conséquences macroéconomiques

Les grandes transformations de la concurrence (extension des marchés, hyper-différenciation, accélération de l'innovation)

François Lévêque

Professeur d'économie à Mines ParisTech

Dijon, 12 juin 2019

**François
LÉVÊQUE**

**LES HABITS NEUFS
DE LA
CONCURRENCE**

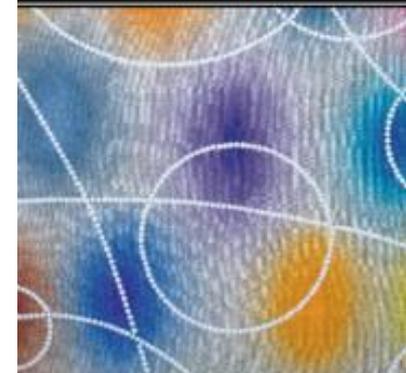
CES ENTREPRISES QUI INNOVENT ET RAFLENT TOUT



**COMPETITION'S
NEW CLOTHES**

20 Short Cases on Rivalry Between Firms

FRANÇOIS LÉVÊQUE



Un vif débat aux Etats-Unis

Augmentation

- de la concentration : C4 dans l'industrie manufacturière, de 38% en 1982 à 43% en 2012 (The Economist, 2016)
- du profit : rendement du capital investi, rendement boursier, part du capital dans la valeur ajoutée (Furman et Orszag, 2015)
- De la marge

Big firms in the United States have never had it so good. Tim



more competition



The rise of the corporate colossus threatens both competition and the legitimacy of business

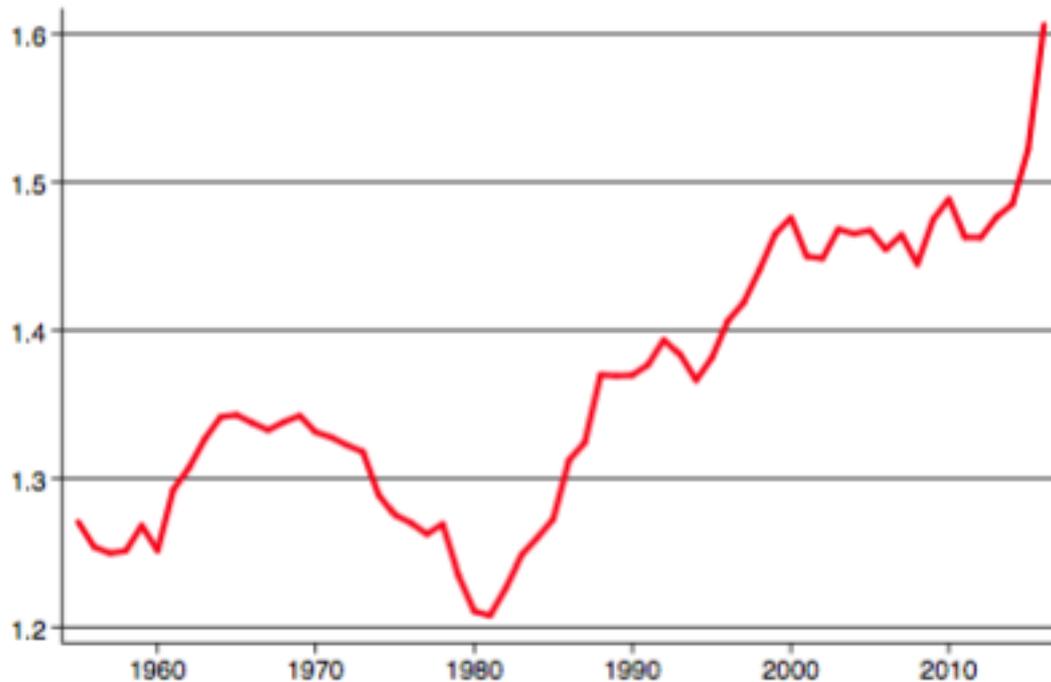


Monopoly's New Era

May 13, 2016 | JOSEPH E. STIGLITZ



Evolution de la marge aux Etats-Unis

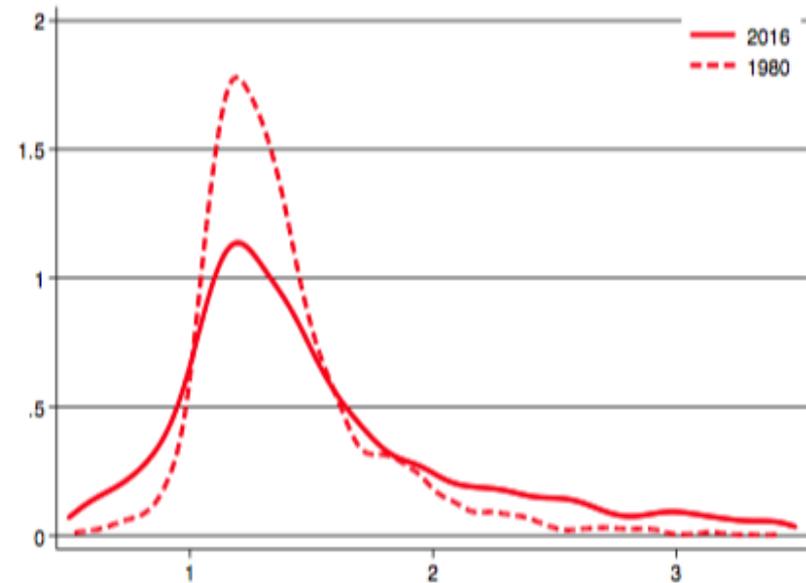
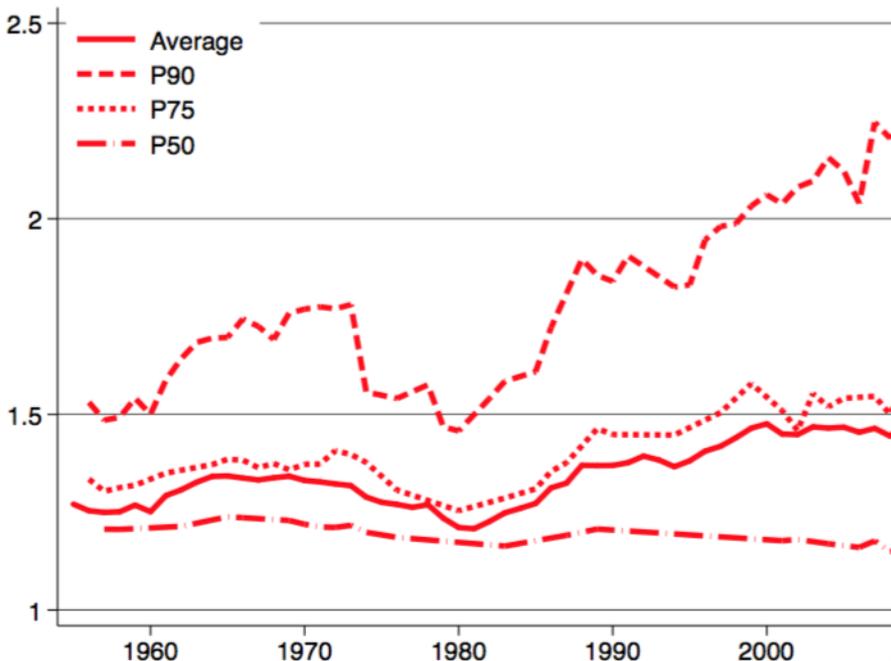


La marge p/c_m de 20% en 1980 est passée à 60%

The rise in market power and the macroeconomic implications
(de Loecker & Eeckhout, 2017)

Reflet de l'inégalité croissante entre les entreprises et du développement des entreprises superstars

(The fall of the labor share and the rising of superstar firms, Autor, Dorn, Katz, Patterson and Van Reenen, 2018)



L'évolution de la marge est tirée par le haut du tableau de Loecker & alii (2018)

L'économie des superstars (S. Rosen, 1981)

ou comment un petit avantage concurrentiel (ou même la chance...) peut procurer un avantage commercial considérable



Qu'est-ce que la concurrence ?

Un concept central de l'économie mais ambigu

« Only through the principle of competition has political economy any pretension to the character of a science » Mill (1848)

Un seul mot en anglais : competition

- Competere/concurrere - compétition/concurrence - competizione/concurrenza

Pour désigner un état statique (prix d'équilibre) et un phénomène dynamique (rivaliser)

- *« L'action de la concurrence [dynamique] dépasse celle de la concurrence des prix tout autant que les effets d'un bombardement dépassent ceux d'une pesée sur une porte » Schumpeter (1951)*

Mais qu'est-ce que la concurrence ?

Les différents concepts de concurrence

Concurrence = absence de pouvoir de marché = concurrence parfaite

- Les vendeurs et acheteurs prennent les prix (*price-takers*) car en grand nombre, disposant d'une information parfaite, etc.

Concurrence = libre concurrence

- Absence de barrières juridique et réglementaire à l'entrée et à la sortie
- Liberté de contracter

Concurrence = rivalité (ou concours)

- Pour obtenir quelque chose que tous ne peuvent obtenir
- Rivalité entre les acheteurs, entre les vendeurs, entre les vendeurs et les acheteurs

Concurrence = mécanisme de sélection

- Par l'efficacité et l'innovation

Modélisation statique/dynamique, sans/avec comportement stratégique

Mais qu'est-ce que la concurrence ?

Quelques chausse-trapes de la théorie économique

L'équilibre en concurrence parfaite suppose qu'il n'y a pas de concurrence !

- Les entreprises ne rivalisent pas pour obtenir les faveurs des consommateurs (publicité, tarifs, qualité, etc.)

La concurrence parfaite est un idéal imparfait

- Car correspond à un monde sans différenciation produit (e.g., un seul modèle de voiture ou de téléphone portable) et sans progrès technique et innovation (e.g., investissements en R&D, nouveaux modèles d'affaires et d'organisation)

La concurrence imparfaite n'est pas négligée par la théorie économique (e.g., concurrence monopolistique, concurrence oligopolistique)

Les économistes s'y intéressent depuis fort longtemps (Cournot, 1848)

Comment mesurer la concurrence ?

Pas de thermomètre fiable !

Par le nombre de concurrents et les parts de marché : $\sum_{i=1}^n s_i^2$

- Par exemple des 4 ou 5 premiers ou par l'indice HHI
- Mais quel marché ? Comment le délimiter ?
- Mais extrêmement approximatif et trop souvent faux (e.g., des duopoles très concurrentiels)
- Alors que l'étendue de la différenciation-produit joue un rôle au moins aussi important ?

Par la marge prix/coût marginal

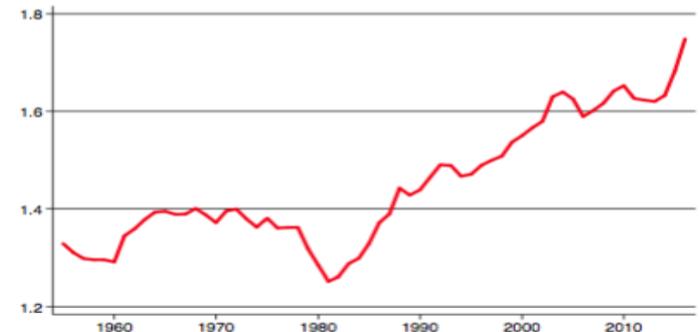
- Indice de Lerner = $L = (p - c_m)/p$ qui mesure le pouvoir de marché (ou pouvoir de monopole)
- $L = 0$ en concurrence parfaite, $L = 1/e$ pour le monopole et $L = HHI/e$ pour la concurrence oligopolistique en quantité
- Mais les coûts fixes ne sont pas nuls et il faut en tenir compte !
- Mais les coûts marginaux ne sont pas directement observables, et d'ailleurs les autres pas vraiment non plus, contrairement au prix

La croissance du pouvoir de marché aux Etats-Unis

De Loecker, Eeckhout et Unger (2018)

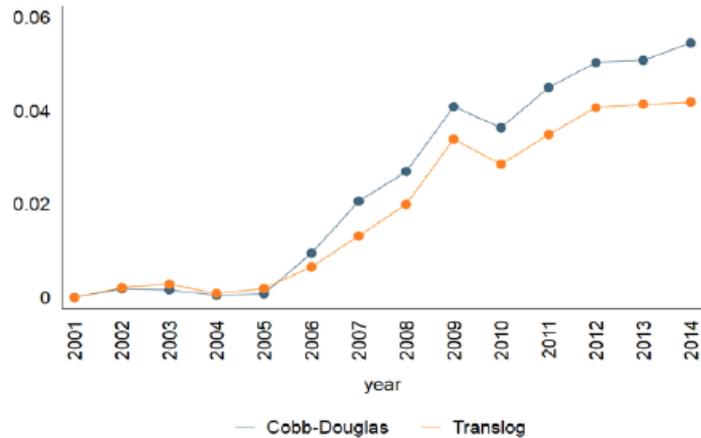
- Première estimation globale (i.e., toutes industries confondues) du pouvoir de marché
- Données sur les inputs et outputs des entreprises US cotées
- Coûts variables estimées à partir d'estimations des fonctions de production et d'une hypothèse de minimisation des coûts

Mark-up au dessus du coût marginal



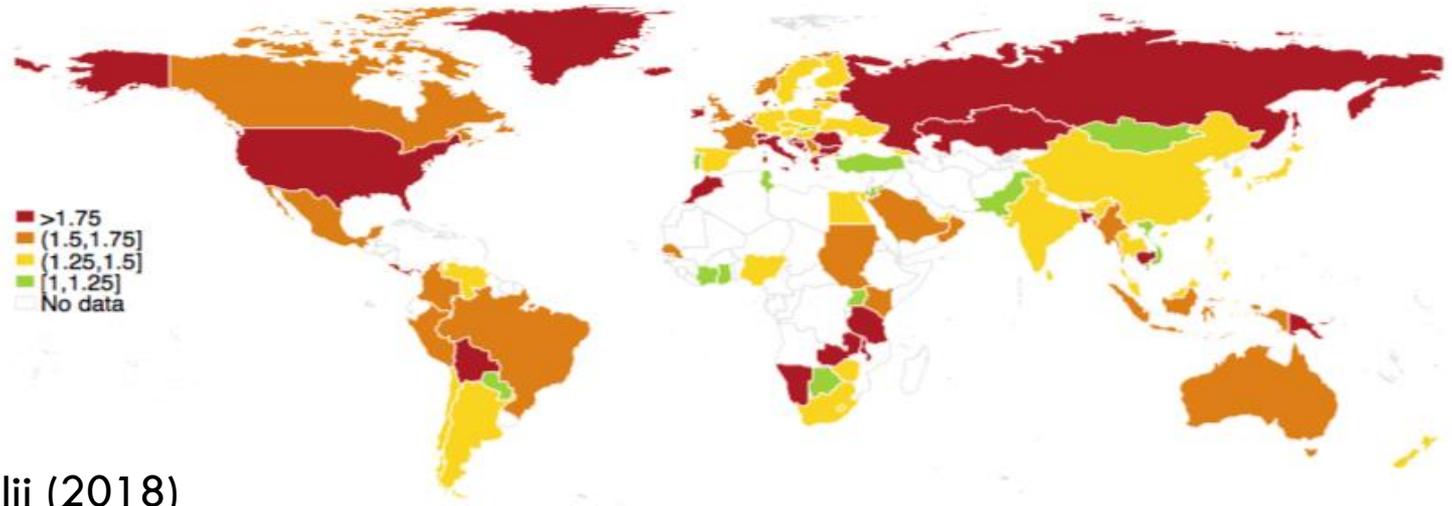
Un prix qui augmente annuellement en moyenne de 1% par rapport au coût marginal depuis 35 ans

et ailleurs dans le monde



26 pays OCDE

Calligaris & alii (2018)



de Loecker & alii (2018)

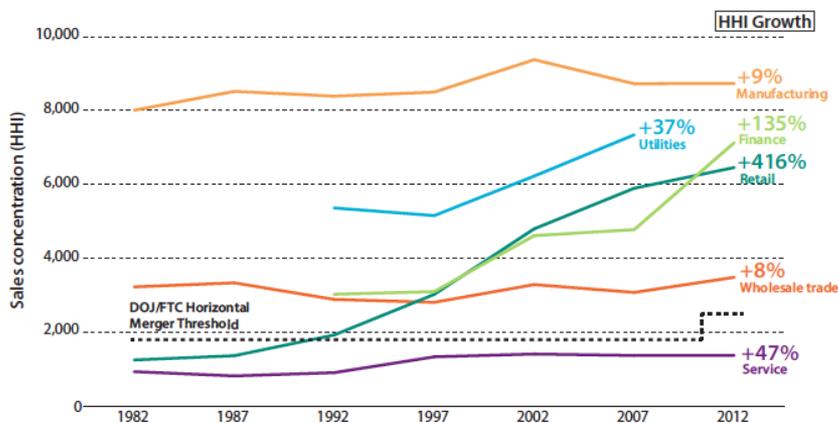
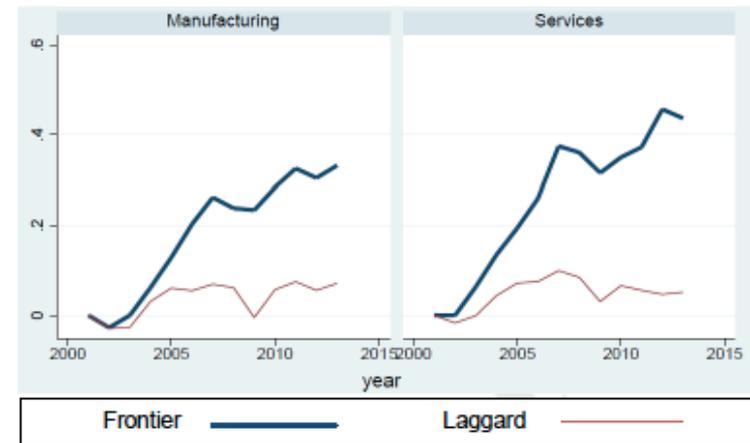
Les causes de la croissance de la marge : technologie ou érosion de la concurrence ?

- **Affaiblissement de la concurrence**
 - Augmentation de la concentration, érosion de la concurrence, augmentation des profits
 - Différenciation croissante des produits
 - Laxisme des autorités de la concurrence, en particulier dans les autorisations de fusion-acquisition du DoJ et de la FTC
- **Technologie**
 - Augmentation des coûts fixes et diminution du coût marginal
 - Liées aux technologies numériques et investissements immatériels (R&D, brevets)
 - Economies de réseau
 - Quasi-rentes

Des inégalités croissantes entre les entreprises

- En termes de structure, on observe une concentration croissante
- En termes de performances, on observe des écarts croissants de productivité, de profit, de marge et d'innovation

Labour productivity: value added per worker (2001-2013)



Shambaugh et alii (2018)

Firmes frontières = 5% des entreprises les plus productives
Les trainardes = toutes les autres

Andrews et alii (2016)

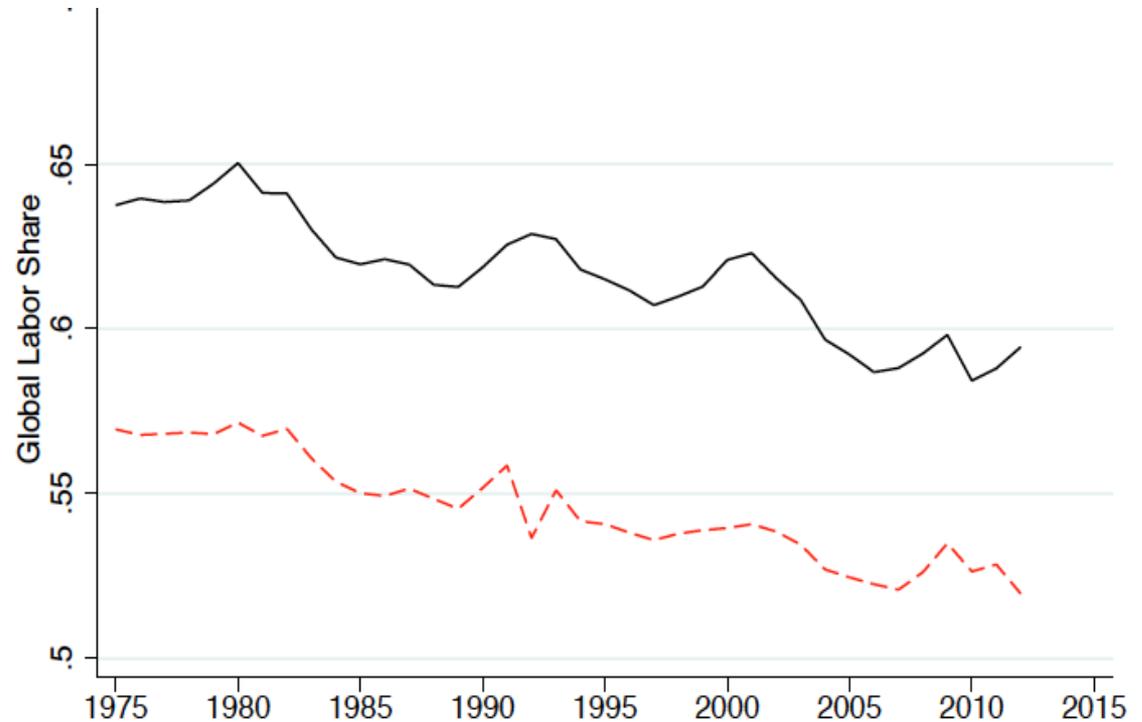
Les conséquences macroéconomiques

- Diminution de la part du travail dans la valeur ajoutée
- Effets sur les inégalités salariales
- Effets sur les bas et hauts revenus
- Pouvoir de monopsonie sur le marché du travail
- Effets sur les investissements

Déclin de la part de la richesse allouée au travail

Karabarbounis & Neiman (2013)

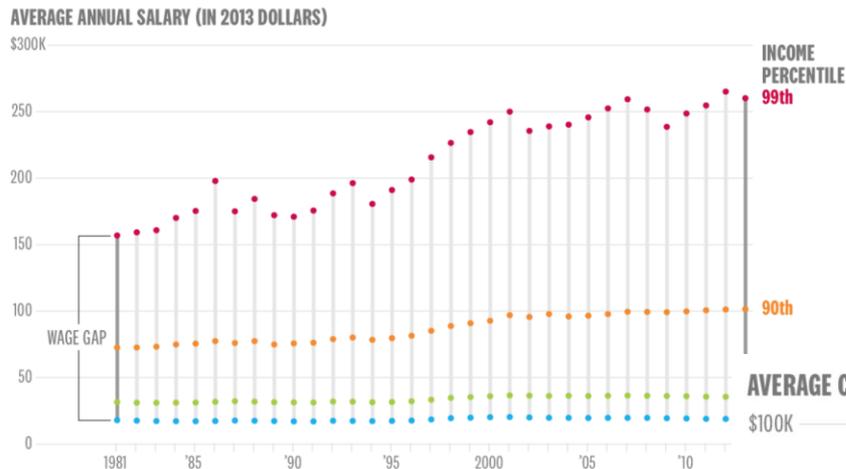
59 pays



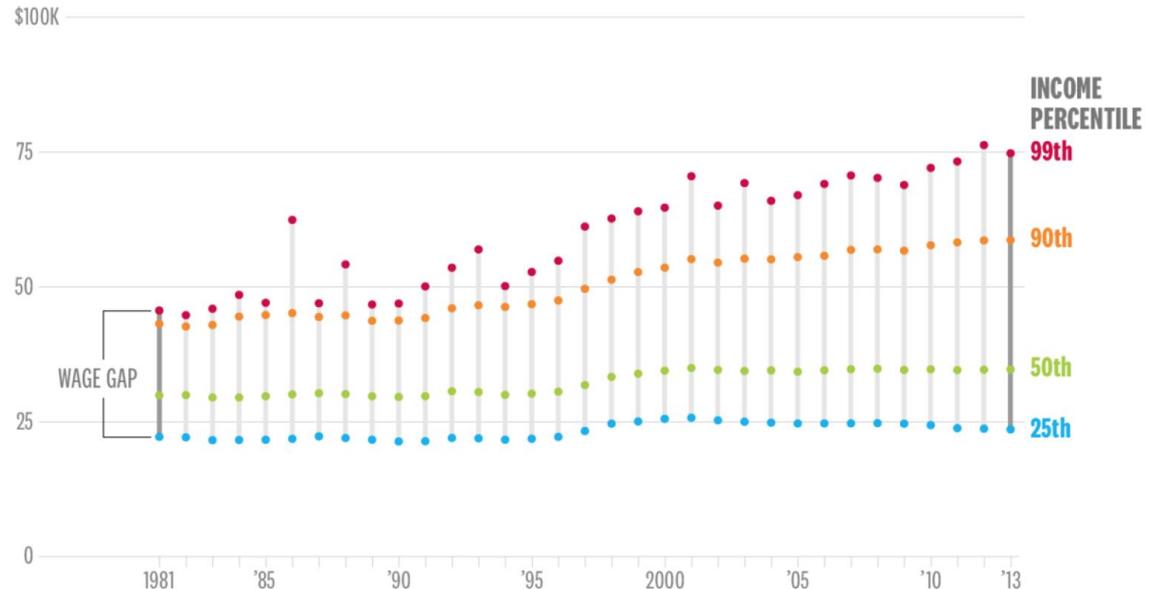
Inversement la part du capital s'accroît, ce qui favorise les ménages à très hauts revenus

Inégalités salariales

Les écarts de rémunération sont principalement tirés par l'accroissement de la dispersion des salaires entre entreprises



AVERAGE COMPANY SALARY (IN 2013 DOLLARS)



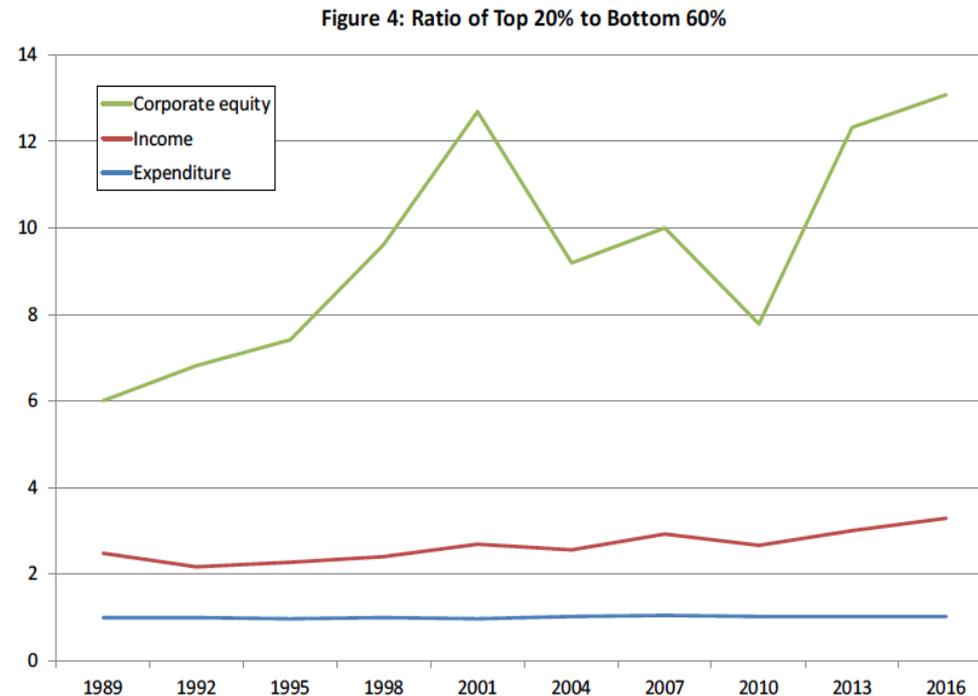
SOURCE U.S. SOCIAL SECURITY ADMINISTRATION MASTER EARNINGS FILE

Bloom (2017)

Pouvoir de monopole et inégalité bas et hauts revenus

- Quand une entreprise dispose d'un pouvoir de monopole elle vend plus cher et réalise plus de profit
- Le budget des ménages à bas revenus est totalement ou presque affecté à la consommation
- Les ménages à hauts revenus payent également plus cher les produits de consommation mais ils disposent d'actifs financiers qui leur fait bénéficier des hausses de profit des entreprises

Les parts des dépenses de consommation, revenus et actions des ménages US



Gans & alii (2018)

En 2016, les 20% des ménages les plus riches consomment autant que les 60% des ménages les moins riches, s'arrogent une part des revenus 2,4 fois supérieur et une part des placements en action 13 fois supérieure

Concurrence et marché

Concurrence et marché sont intimement liés mais ne doivent pas être confondus

- La concurrence s'exerce dans un marché géographique et produit
- Le marché est une institution tandis que la concurrence est un mécanisme
- Les marchés sont plus ou moins concurrentiels mais présentent bien d'autres caractéristiques aussi essentielles (efficacité, nombre de protagonistes, caractéristiques des produits, etc.)



L'extension des marchés

L'élargissement des frontières géographiques des marchés (diminution des coûts de transport et de transaction) augmente le nombre d'entreprises pouvant s'adresser aux mêmes consommateurs

S'ajoutent la dérégulation des industries de réseau et la conversion de nouveaux pays à l'économie des marchés

D'où plus de vendeurs en concurrence et donc une tendance à l'intensification de la concurrence

Mais aussi plus d'acheteurs à servir (de 1990 à 2010 la planète s'est enrichie de 1,2 milliards de nouveaux consommateurs)

L'hyper-différenciation

Les produits de consommation finale homogènes sont devenus très rares (e.g., sucre en morceau, banane)

- Avec un effet bénéfique pour les consommateurs qui ont plus de chances de trouver une variante proche de leur idéal mais aussi un effet défavorable car la différenciation offre un pouvoir de marché

Le phénomène devrait s'accroître avec les big data (produits personnalisés)

- Pas de bilan général entre effet positif et négatif pour le consommateur
- L'emprise croissante des entreprises géantes multi-produits, multi-variantes, multi-marques



Concurrence et innovation

La concurrence par l'innovation rend
secondaire la concurrence par les
prix,

les capacités ou même la qualité

- « L'action de la concurrence [dynamique] dépasse celle de la concurrence des prix tout autant que les effets d'un bombardement dépassent ceux d'une pesée sur une porte et son efficacité est tellement plus grande que la question de savoir si la concurrence au sens ordinaire du terme joue plus ou moins rapidement devient relativement insignifiante » Schumpeter (1951)



Concurrence et innovation

Le lien entre concurrence et innovation a fait couler beaucoup d'encre

- Est-ce la concurrence parfaite (faible concentration) ou le monopole (forte concentration) le mieux à même d'innover ?
- Pas de réponse générale car dépend de multiples facteurs autres que la taille (facilité d'imitation et d'accès aux innovations complémentaires, force du capital-risque, etc.)

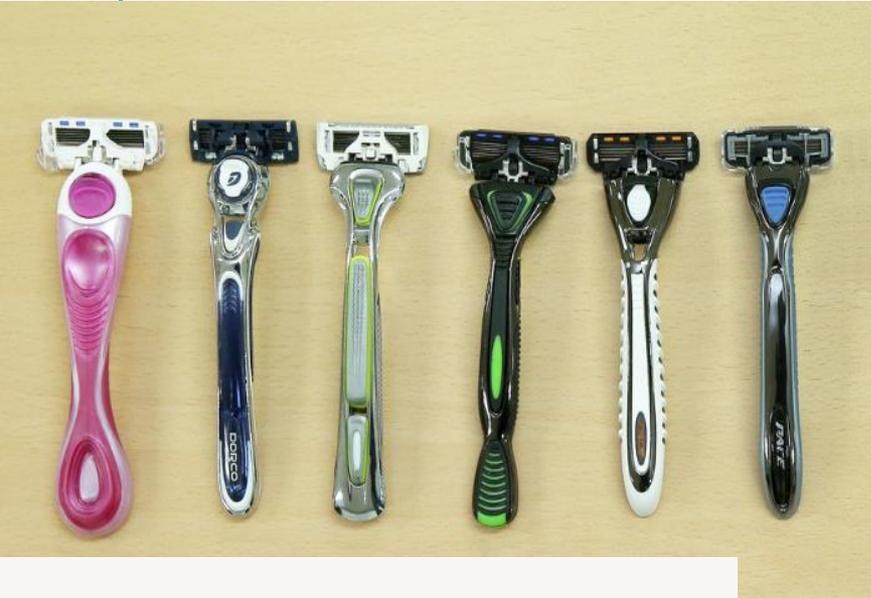
De plus, il s'agit d'une relation à double sens

- avant l'innovation, la structure de marché détermine la hauteur des profits et donc la capacité à innover
- mais ex post l'innovation crée une nouvelle structure de marché (e.g., monopole) et cette perspective agit ex ante sur les incitations à innover

Le problème n'est pas l'absence de modèle théorique rendant compte du lien entre concurrence / concentration et innovation mais qu'il y en a beaucoup

- La difficulté est de choisir celui qui est appropriée au contexte de marché étudié, par exemple celui très à la mode de la disruption avec entrée par le bas du marché

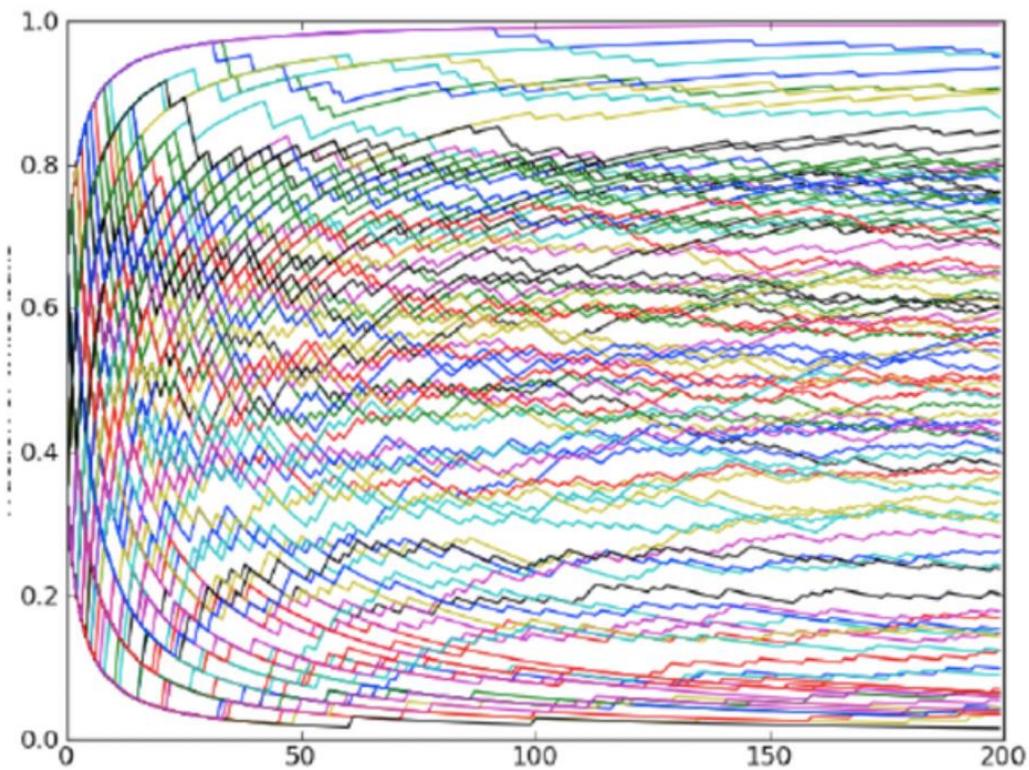
Le rasoir mécanique



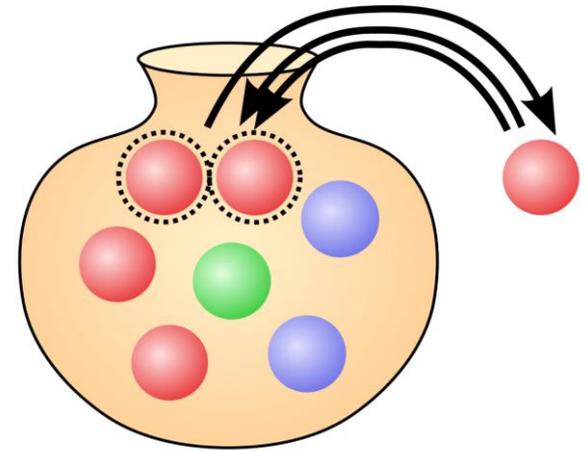
La voiture électrique



La compétition technologique



valeur limite.



L'économie des plateformes : un seul ou quelques uns qui raflent tout

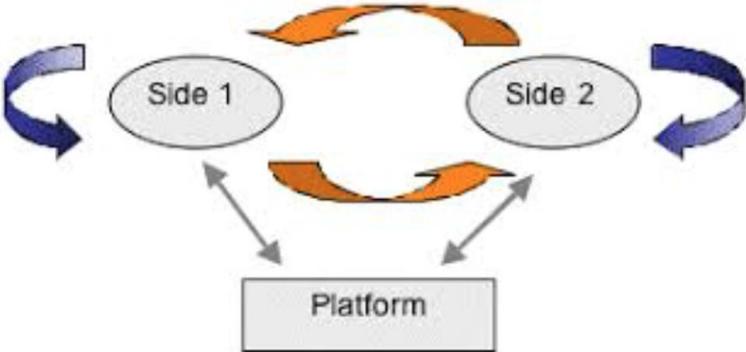
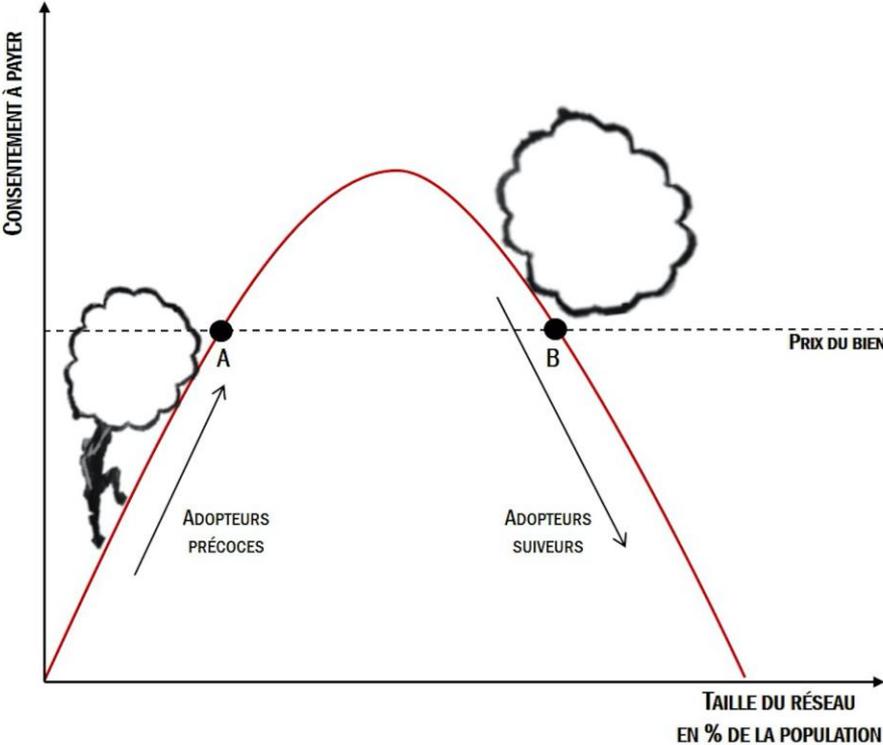


U B E R

Bla Bla Car



Les effets de réseau



b. Two-sided Market



L'accélération de l'innovation

La troisième grande transformation de la concurrence

Pas moins de 3 technologies d'application générale majeures depuis la fin des années 1970 (PC, Internet, smartphones)

Un **progrès technique** qui contribue au **phénomène** du *winner-take-most*



Alors + ou – de concurrence aujourd’hui qu’hier ?

La situation est forcément contrastée

- puisque la concurrence s’exerce dans un marché
- et qu’il en existe des dizaines de milliers différents en termes de concentration, de limites géographiques, de pénétration des technologies, d’intensité en R&D et marketing, d’économies d’échelle, de barrières à l’entrée et à la sortie, etc.

La réponse probablement approximativement correcte après observation (cas et données) et analyse des effets des grandes transformations est qu’on assiste à une érosion de la concurrence, en particulier

- Montée en puissance du *winner-take-most* et des firmes superstars
- Faisceau d’indices concordants (croissance de la concentration et des profits) aux Etats-Unis

Proudon (« La concurrence tue la concurrence ») versus Schumpeter (monopoles temporaires)

