

Dimension des entreprises, concentration et concurrence

Louis Reboud

Volume 42, numéro 3, octobre–décembre 1966

URI : <https://id.erudit.org/iderudit/1003360ar>

[Aller au sommaire du numéro](#)

Éditeur(s)

HEC Montréal

ISSN

0001-771X (imprimé)

1710-3991 (numérique)

[Découvrir la revue](#)

Citer cet article

Reboud, L. (1966). Dimension des entreprises, concentration et concurrence. *L'Actualité économique*, 42(3), 429–457.

Dimension des entreprises, concentration et concurrence¹

« Comme le dit M. Krelle, lorsque A. Smith et après lui les grands classiques ont construit leurs premières explications, la disparition des corporations et des grands monopoles étatistes donnait à leurs hypothèses une grande vraisemblance : de petites unités de production ayant le champ libre allaient fonctionner selon un modèle qui, de perfectionnement en perfectionnement, devait donner, en un siècle de travail l'admirable construction logique de la concurrence pure et parfaite »².

Il serait intéressant un jour de retracer l'histoire de ces perfectionnements pour voir comment, à partir d'A. Smith, plusieurs courants de pensée ont pu se développer, et souvent s'entremêler. Il est assez net qu'au départ, même si A. Smith a une « croyance optimiste en l'organisation spontanée de la vie économique par la libre concurrence des intérêts particuliers »³, la concurrence est avant tout *un outil de description* d'un certain nombre de structures économiques. Ces structures, si elles n'existent pas encore, sont considérées comme étant en voie d'élaboration. D'outil de description, la concurrence devient vite avec un certain nombre d'auteurs de l'École de Vienne et surtout de l'École de Lausanne, *un outil d'analyse*. Il est caractéristique de remarquer que ni Walras, ni Pareto n'adop-

1. Cet article a été rédigé pendant un séjour au Department of Economics du M.I.T. Ceci nous a permis de bénéficier des conseils de MM. les Professeurs M.-A. Adelman et P.-N. Rosenstein-Rodan. Nous tenons à leur exprimer ici, ainsi qu'à tous nos amis de l'École des H.E.C. de Montréal, notre gratitude. Les pages qui suivent doivent beaucoup à leurs critiques positives. Les erreurs et omissions sont, bien entendu, la seule responsabilité de l'auteur.

2. A. Piatier et alii, *Les formes modernes de la concurrence*, Paris, 1964, p. 22.

3. A. Piettre, *Pensée économique et Théories contemporaines*, Dalloz 1959, p. 66.

taient les conclusions pratiques du libéralisme ; la concurrence constituait, pour eux un schéma, une technique d'analyse reposant sur des hypothèses qu'ils savaient éloignées de la réalité. Mais sensiblement en même temps la concurrence tend à ne plus être considérée comme un outil de description de structures en voie d'élaboration, mais comme un outil de description de ce que ces structures devraient être dans un monde idéal. Avec la « vulgate libérale », on aboutit à une apologie de la libre concurrence considérée comme le système économique vers lequel il faut tendre. Tout ce qui nous en rapproche est bon, tout ce qui nous en éloigne est mauvais ; et de cette apologie naîtront nombre de mythes que nous connaissons bien aujourd'hui.

Ainsi, tantôt outil de description, tantôt outil d'analyse, tantôt système économique, la concurrence nous apparaît avec des visages multiples à travers l'histoire de la pensée. Mais le malheur veut que ces visages trop souvent s'entremêlent ; trop souvent, les arguments de ceux qui sont « pour » ou qui sont « contre » la concurrence ne s'affrontent pas sur un même plan, à un même niveau d'étude. Il en résulte des ambiguïtés, des confusions et des incompréhensions.

Aujourd'hui, qu'en est-il ? Il paraît assez indiscutable que la concurrence parfaite n'a jamais été un bon outil de description des structures économiques. « Pour des raisons multiples, financières, économiques, techniques, la structure des capitalismes occidentaux s'est progressivement concentrée au cours du 19^{ème} siècle. Il est devenu banal de rappeler le passage du capitalisme de petites unités au capitalisme de grandes unités au cours de cette période »⁴. Il semble également que cette évolution n'ait aucune chance de modifier son cours ; « l'atomisation des producteurs est sans doute aussi vaine que le retour à l'âge de pierre »⁵. Chercher à adopter la réalité actuelle ou future à la théorie ancienne serait, selon le mot de A. Rüstow et W. Krelle, faire du « paléolibéralisme ».

Par contre, « placée sur un nouveau terrain, la revanche de la concurrence parfaite est extraordinaire... Mauvais comme instrument de description, elle s'affirme comme instrument d'orientation »⁶. Et A. Piatier explique : « Au moment même où ce modèle

4. Austruy et alii, *Les formes modernes...*, op. cit., p. 86.

5. Piatier, op. cit., p. 21.

6. Piatier, op. cit., p. 23.

classique (et surtout néoclassique) paraît périmé, balayé par les modèles plus réalistes des concurrences imparfaites, une renaissance éclatante se prépare : les politiques aberrantes de fixation des prix dans les économies perturbées par la guerre, les pénuries ou l'inflation d'un côté, les distorsions introduites dans les volumes de production des pays planifiés par l'emploi de prix arbitraires d'un autre côté, obligent les économistes à imaginer ce que pourraient être les « prix parfaits ». Ces prix parfaits sont — et ne peuvent être — que ceux de la théorie néoclassique de l'équilibre général. Les travaux mathématiques les plus récents le montrent de façon décisive. On peut dire que le modèle de la concurrence parfaite ne décrit plus le réel, mais derrière le réel, indique ce que les prix devraient être. Des travaux occidentaux de programmation linéaire, la recherche par le C.E.R.M.A.P. (Centre d'Études et Recherches Mathématiques appliquées à la Planification) en France pour la planification souple, les études de Kantorovitch en U.R.S.S. font tous apparaître pour les dirigeants de l'économie une toile de fond où s'inscrivent les prix de référence, les prix les plus satisfaisants pour tous les participants et pour l'ajustement final »⁷.

En tant qu'outil d'analyse, la concurrence garde donc son importance. « On démontre et démontre volontiers encore, dans les classes, un certain nombre de mécanismes de marché. Mais de plus en plus on y perd de vue le marché, comme système. Pour beaucoup de nos contemporains, les mécanismes du marché ne représentent plus qu'un compartiment de l'armoire aux outils dont dispose le technocrate, pour diriger à sa guise la marche de l'économie. L'on oublie cette direction générale de l'économie, qu'opère le système du marché »⁸. Ceci pose le problème de la valeur de la concurrence en tant que système économique.

Soulignons que les réponses apportées au niveau de la description et à celui de l'analyse ne présument pas de la valeur de la concurrence en tant que système économique. Mauvais outil de description, la concurrence pourrait rester un système économique idéal vers lequel il serait souhaitable de tendre si, au niveau de l'analyse, on pouvait démontrer qu'elle peut fonctionner dans d'autres structures économiques que celles qui ont été imaginées par les classiques.

7. Piatier, *op. cit.*, p. 23.

8. D. Villy, « L'option de système », *Revue d'Économie Politique*, 1964, p. 656.

Inversement, il faut noter aussi que le fait de garder un intérêt analytique ne veut pas dire obligatoirement — tant s'en faut ! — que la concurrence demeure un système économique idéal. Les études des mécanismes de fonctionnement peuvent conduire à penser que l'organisation de la vie économique n'a jamais pu et ne pourra jamais se faire de façon spontanée par la libre concurrence des intérêts particuliers.

Sans préjuger des réponses à apporter à ces questions (sur lesquelles nous reviendrons par ailleurs) ⁹, contentons-nous de souligner pour le moment que la concurrence parfaite, cette « mécanique grandiose », avait pour caractéristique de devoir réunir tous les suffrages ; aussi bien ceux des agents économiques (capitalistes, entrepreneurs, salariés, consommateurs) auxquels le système devait apporter la meilleure situation possible, que ceux qui sont responsables, à des titres divers, d'assurer le bon fonctionnement des mécanismes spontanés du marché. Or, aujourd'hui, l'évolution de la dimension des entreprises, soit par croissance interne (investissements), soit par croissance externe résultant d'opérations de concentration (fusion, absorption, etc.) leur donne un pouvoir économique que la théorie de la concurrence pure et parfaite avait ignoré. Les firmes ont, de nos jours, une puissance économique qui donne à l'entrepreneur la possibilité « de prendre une décision économique indépendante, entre certaines limites » ¹⁰ ; ou encore, les firmes ont « la capacité de transformer une force en acte pour rapprocher l'action économique d'une action déterminée » ¹¹.

En conséquence, il ne suffit plus, pour apprécier un degré de concurrence, de prendre en considération l'état d'une structure économique ; encore faut-il être en mesure de porter un jugement sur le comportement des entreprises dans un secteur donné. C'est bien là que les avis diffèrent ; et l'on voit disparaître la belle unanimité dont nous parlions plus haut. Chacun, en effet, va avoir tendance à apprécier le comportement plus ou moins concurrentiel des firmes, en fonction des impératifs particuliers qui s'imposent à lui. On va ainsi assister à une diversification de la notion de concurrence, telle que,

9. Cf. notre article « Concurrence et planification » dans ce même numéro de *L'Actualité Économique*.

10. J. Houssiaux, *Le pouvoir de monopole*, Sirey, Paris, 1958, p. 65.

11. J. Lhomme, « Considérations sur le pouvoir économique », *Revue Économique*, n° 6, 1958, p. 894.

pour un « juriste », un « administrateur » (*business administration*), un responsable du pouvoir public, ou un économiste, la signification du mot « concurrence » n'aura plus grand-chose de commun. Les réactions de chacun en face de l'accroissement de la dimension des firmes et de la concentration industrielle vont être la cause ou la conséquence de conceptions divergentes vis-à-vis de la notion de concurrence.

Alors, il n'est peut-être pas inutile d'essayer de clarifier un peu un débat dans lequel résident de très nombreuses ambiguïtés. Pour ce faire, il semble intéressant d'examiner tout d'abord les raisons des divergences qui existent dans l'attitude à adopter vis-à-vis de l'accroissement de la dimension des firmes, de la concentration et des nouvelles formes de concurrence. Faire ainsi un inventaire des positions en présence devrait nous permettre par la suite de mettre un peu d'ordre (à défaut de méthode !) dans l'examen des rapports qui doivent être établis entre ces trois notions que d'aucuns considèrent comme antinomiques, alors que d'autres veulent en faire les éléments fondamentaux de l'évolution des systèmes économiques contemporains.

I — Différentes conceptions existant en matière de dimension des entreprises, concentration et concurrence.

Dans sa contribution à l'ouvrage de R.-J. Holloway et R.-S. Hancock, Joel Dean estime¹² que les deux catégories de personnes qui doivent le mieux connaître les questions de concurrence sont les économistes dont la profession est de les étudier et les hommes d'affaires dont la profession est de les mettre en pratique. En réalité, l'éventail nous semble beaucoup plus large, car la concentration et la concurrence intéressent tous ceux qui ont part à la vie économique ; et nous sommes frappé de voir combien, à l'intérieur de chaque groupe intéressé, les avis divergent.

Si l'on examine l'attitude des détenteurs de capitaux vis-à-vis de la concentration, on voit que certains sont pour, d'autres, contre. « La dimension gigantesque est une assurance spéciale contre les risques de perte. Elle est aussi un obstacle en temps de prospérité.

12. Cf. R.-J. Holloway et R.-S. Hancock, *The Environment of Marketing Behavior*, Wiley, New-York, 1964, p. 150.

En somme, elle est un facteur stabilisant rendant impossibles les sauts brusques. L'inélasticité du profit de la grande entreprise est cependant plus grande vers le bas que vers le haut »¹³. Mais, inversement, la grande entreprise limite l'initiative individuelle en raison de sa forme sociétaire ; et bien des petits entrepreneurs, propriétaires de leur entreprise, luttent désespérément avant d'accepter une concentration qui leur fera perdre une partie de ce qu'ils considèrent à tort ou à raison comme leur liberté !

Les responsables syndicaux, de la même façon, sont partagés. Au point de vue du rendement de l'action syndicale (spécialement dans le cadre nord-américain) il est plus intéressant de négocier une convention collective pour 5,000 employés d'une grosse entreprise que pour les 50 d'une petite. De plus, dans les petites entreprises, il est souvent très difficile d'avoir une représentation syndicale. Mais en revanche (spécialement dans le cadre européen), la grande dimension permet à la direction de l'entreprise de faire discuter en commission paritaire des membres de la hiérarchie qui n'ont pas le pouvoir de décision, alors que dans la petite ou moyenne entreprise, les discussions se font directement avec le « patron » responsable. Quant aux travailleurs eux-mêmes, leurs réactions vis-à-vis du niveau de salaires, de la stabilité de l'emploi, des conditions de travail, etc., dans les petites et les grandes firmes sont très variables suivant les expériences de chacun.

Il n'est pas jusqu'aux consommateurs qui n'aient des avis partagés. Ils se sont, dans leur majorité, très bien habitués aux produits standardisés des grandes firmes et ils estiment souvent bénéficier ainsi de prix moins élevés grâce au progrès technique et à la fabrication en grande série. Ils sont sensibles aussi à la publicité, mais ils conviennent, dans des moments de lucidité, que la publicité est une arme que les firmes peuvent utiliser contre eux. Tibor Scitovsky a montré¹⁴ comment l'ignorance du public constituait une force du pouvoir d'oligopole ; bien des consommateurs en sont éga-

13. H. Staub, *Le profit des grandes entreprises américaines*, A. Colin, Paris, 1954, p. 56. Cette opinion est nuancée ; d'autres sont plus catégoriques (cf. J.-S. Bain, *Barriers to New Competition*, Harvard University Press, 1956, pp. 125 et suivantes), mais controversées (cf. M. Peyrard et alii, *Les formes modernes de la concurrence*, op. cit., pp. 156-158).

14. Tibor Scitovsky, « Ignorance as a Source of Oligopoly Power », *American Economic Review*, mai 1950, pp. 48-52.

lement conscients et lorsqu'ils parviennent (ce qui est rare) à s'organiser, ils sont les premiers à demander un contrôle destiné à faire respecter les règles de la concurrence ¹⁵.

Ce ne sont là que trois exemples. On pourrait les multiplier en parlant des agriculteurs, des commerçants, etc., qui ont également des avis divergents vis-à-vis des grosses firmes. Toutefois, plutôt que cette multiplicité d'opinions qui peuvent manquer d'objectivité, nous voudrions nous intéresser spécialement ici à l'avis de ceux qui ont une responsabilité en matière de dimension des entreprises, de concentration et de concurrence. À notre sens, ils sont principalement au nombre de trois : il y a les juristes qui sont chargés de faire respecter les lois (anti-trust, anti-pratiques restrictives, etc.), les spécialistes en administration des entreprises (qui sont en contact direct avec les hommes d'affaires) et les pouvoirs publics (qui sont chargés de la défense du bien commun).

1. *Les juristes.* — Parlant des différentes conceptions de la concurrence, J. Austruy écrit : « Les juristes font plutôt porter leurs analyses sur les moyens de la concurrence, sur les conditions applicables aux sujets économiques pour qu'ils puissent pratiquer le jeu concurrentiel. Ils se soucient d'élaborer certaines règles qui régissent pour cela les sujets économiques (règles de non-discrimination, de loyauté, de non-collusion) et leur garantissent la liberté économique » ¹⁶. Ces constatations sont certes exactes, mais il nous semble nécessaire d'aller un peu plus loin pour bien comprendre la position des juristes vis-à-vis de la concurrence.

Les juristes doivent effectivement élaborer des lois dont le respect assurera pour chaque sujet économique la possibilité de voir jouer les mécanismes du marché ; mais le juriste doit aussi assurer le respect des lois élaborées et dire les cas dans lesquels des sujets économiques empêchent, restreignent ou faussent le jeu de la concurrence. Or, pour être sûrs de bien respecter l'équité, pour ne pas risquer d'appliquer de façon différente une même loi dans des cas

15. Cf. les démarches de l'Union des Associations de Consommateurs auprès de la Direction générale de la Concurrence de la Communauté économique européenne à Bruxelles.

16. J. Austruy, *Les formes modernes...*, *op. cit.*, pp. 83-84. Voir aussi : R. Prieur, « Contribution à l'étude de la concurrence sur le marché », *Revue trimestrielle de Droit commercial*, n° 3, 1960.

multiplés, les juristes ont besoin de critères invariables dont l'application sera toujours la même. Ils redoutent de prendre en considération des critères subjectifs, car alors, suivant les juges, et suivant les juridictions, on pourrait avoir des interprétations diverses.

En conséquence, et afin d'éviter tout arbitraire risquant d'entraîner des dénis de justice, les juristes étaient très satisfaits de pouvoir utiliser le critère de la concurrence pure et parfaite. Celle-ci faisant appel à des notions de structures objectives, il était facile, sur un plan quantitatif, d'assurer une application qui soit partout et toujours la même. La diminution du nombre des concurrents sur le marché était une diminution de la concurrence elle-même, et avec un tel principe les règles de non discrimination, de non collusion, etc., étaient relativement simples à appliquer. En revanche, dès que l'on propose de sortir des critères purement quantifiables pour aborder des critères qui tiennent davantage compte d'éléments qualitatifs, voire subjectifs, on pose aux juristes de véritables cas de conscience car ils redoutent les décisions de jurisprudence contradictoires.

Il n'est donc guère étonnant de rencontrer chez les juristes une référence implicite ou explicite au schéma de la concurrence pure et parfaite. Pour certains d'entre eux ceci correspond à une optique « paléolibérale ». Mais, pour la plupart d'entre eux, il est honnête de reconnaître que le souci d'avoir des critères quantitatifs relève simplement d'une volonté de bonne justice. C'est ainsi que s'explique, dans la législation anti-trust de la plupart des pays, le fait d'avoir assimilé la notion de position dominante à la détention d'une certaine part du marché. Or, nous savons que le critère quantitatif se révèle chaque jour à l'usage de moins en moins satisfaisant, mais il est difficile de fournir des critères objectifs susceptibles de rendre compte d'attitudes et de comportements. Tous les critères objectifs présentent en effet à l'heure actuelle l'inconvénient d'une grande incertitude. Ils peuvent servir d'indices de la domination du marché et de la limitation de la concurrence, mais il est encore impossible d'accorder à l'un ou à l'autre la valeur d'indicateur absolu ¹⁷.

17. Cf. Borchardt et Fikentscher, *Wettbewerb. Wettbewerbsbeschränkung, Marktbeherrschung* (Concurrence, limitation de la concurrence, domination du marché), 1957, pp. 63 et suivantes.

En fait, bon nombre de juristes seraient prêts à accepter des notions se rapprochant davantage de la réalité que celles de la concurrence pure et parfaite¹⁸. Nombre d'entre eux ne sont pas imperméables aux notions de concurrence monopolistique, de concurrence potentielle, de *workable competition*, etc. Ils comprennent parfaitement qu'à côté des structures de marché, il faut tenir compte du comportement des entreprises ; que deux situations apparemment identiques peuvent en réalité être très différentes suivant leur environnement, l'étendue du marché, le produit considéré, l'élasticité de la demande, etc. Mais nous devons reconnaître que c'est souvent en vain que les juristes demandent aux économistes de leur fournir des critères d'appréciation objectifs et satisfaisants. Les juristes, au moins certains d'entre eux, acceptent aujourd'hui de reconnaître que, pour éviter l'arbitraire du point de vue économique, il faut appliquer la loi de façon différente dans chaque cas particulier ; mais, en même temps, leur réflexe de juriste les pousse malgré eux à considérer que la loi doit être avant tout une application générale qui ne doit, à la limite, subir que quelques exceptions. Il semble donc, en définitive, qu'ils se trouvent pris dans une impasse : pour faire bonne justice, ils reviennent toujours et malgré eux à la notion de concurrence pure et parfaite qu'ils savent ne pas correspondre à la réalité concrète. Cette réalité leur apparaît comme si complexe qu'ils se sentent incapables d'élaborer et de faire respecter une loi satisfaisante dans le contexte du monde moderne.

2. *Les spécialistes en administration des entreprises.* — Les spécialistes en administration des entreprises nous intéressent ici parce qu'ils représentent assez bien, mais de façon plus systématique, l'opinion des hommes d'affaires. Ceux qui ont pour profession d'assurer la

18. Nous en voulons pour preuve certaines législations nouvelles, telles que la loi suisse sur les cartels qui est entrée en vigueur le 15 février 1964. Elle comporte des dispositions extrêmement souples qui permettent de considérer l'activité des cartels comme compatible avec une notion de « concurrence possible ». On ne peut encore dire l'interprétation qui en sera faite par la jurisprudence.

Notons aussi que l'article 85 du Traité de Rome pose, dans son alinéa 1, le principe d'interdiction de tous accords entre entreprises, toutes décisions d'associations et toutes pratiques concertées. Toutefois, l'alinéa 3 du même article déclare que l'interdiction peut être déclarée inapplicable lorsque les accords, associations ou pratiques concertées « contribuent à améliorer la production ou la distribution des produits, ou à promouvoir le progrès technique ou économique, tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte... ». Le système de notifications prévu pour ces accords n'entraîne donc, pas plus que dans la loi anglaise de 1956, une condamnation automatique des ententes.

bonne marche d'une entreprise (comme conseillers ou comme responsables) n'ont que sourire et commisération pour cet entrepreneur de la théorie classique qui croit devoir emprunter au marché les fondements de ses décisions sans essayer d'exercer une influence sur la formation des conditions de ce marché. L'entrepreneur classique, en effet, dans la conception de la concurrence pure et parfaite, n'entend pratiquer aucune stratégie du marché. Il ne voit aucune possibilité, en dehors d'une compression toujours plus grande de ses coûts de production, de prendre le pas sur ses concurrents. Aujourd'hui, les spécialistes en administration des entreprises ainsi que les hommes d'affaires sont presque portés à dire que, dans le cadre de la concurrence pure et parfaite, il n'y a en réalité aucune concurrence pratique.

Dans la réalité, le consommateur se trouve placé devant des offres plus ou moins nombreuses parmi lesquelles il doit effectuer son choix. Il appartiendra aux entrepreneurs de l'attirer vers eux, en profitant d'avantages différentiels et de l'existence d'un marché hétérogène. « Ainsi, la concurrence devient un état d'esprit : elle ne s'apprécie pas en fonction d'une certaine structure des marchés, mais des résultats qu'elle apporte... C'est la « *free competition* », l'esprit d'émulation sportive professée toujours par les hommes d'affaires américains en dépit des servitudes du rendement et de la productivité »¹⁹. *Concurrence signifie alors compétition*. Il importe de préciser les domaines de cette compétition. On admet en effet à la base de la théorie du *marketing* que la compétition peut s'effectuer dans le domaine des prix, des produits, des canaux de distribution et de la promotion qui englobe elle-même les techniques de vente et de publicité. Il est bien évident que le choix du domaine dans lequel on va renforcer la position concurrentielle d'une firme va dépendre de la nature du produit et de la dimension du marché. Il n'en reste pas moins aujourd'hui que la concurrence s'effectue moins par l'intermédiaire des prix et de plus en plus par le choix des méthodes de production, la sélection des produits, les méthodes de distribution, etc.

Joel Dean (*op. cit.*, p. 151 et suivantes) note que l'uniformité des prix ne peut plus être considérée comme l'indice d'une collusion

19. A. Marchal, « De quelques faux dogmes en matière d'organisation européenne », *Revue Économique*, 1960, p. 675.

coupable. Les prix ont tendance à être considérés comme des prix officiels et une lutte dans ce domaine pourrait constituer très vite une concurrence ruineuse. En revanche, une structure de prix discontinus doit, pense-t-il, être considérée comme un instrument de stratégie dans la lutte concurrentielle pour améliorer sa position dans différents secteurs. Toutefois, d'après cet auteur, c'est moins dans ce domaine que s'effectue le plus souvent l'effort de compétition que dans les domaines de la différenciation des produits, et dans celui des activités de vente. Une distribution sélective, une délimitation du marché, la recherche de nouveaux clients enlevés à un concurrent sont les éléments de base des formes modernes de la compétition. Ceci suppose des actions aussi bien agressives que défensives ; et la concurrence ne s'exerce pas seulement à l'égard des consommateurs, mais souvent aussi à l'égard des intermédiaires et des réseaux de distribution ²⁰.

Tout ceci revient à dire, comme le souligne W. Alderson ²¹, qu'une étude fonctionnelle de la concurrence commence avec l'idée que toute firme doit rechercher et trouver une fonction particulière pour se maintenir sur le marché. Chaque firme occupe en quelque sorte une position qui peut être considérée comme unique. Sa localisation, le choix de ses produits, ses méthodes de production ou ses clients ont tendance à la placer d'une façon ou d'une autre en dehors du domaine des autres firmes. Chaque firme assure sa compétitivité par ses caractéristiques particulières ; c'est grâce à elles qu'elle peut établir un avantage comparatif par rapport à ses concurrents. Nous sommes, au fond, avec une telle position, très proches des idées soutenues par E.-H. Chamberlin au sujet de la concurrence monopolistique ²².

20. Une manière plus scientifique de présenter le même raisonnement est de ne plus considérer le prix de vente du producteur, mais le prix de vente au consommateur. Le prix contient alors tous les inputs — matériels et immatériels — qui sont intervenus non seulement pour fabriquer le produit mais pour l'acheminer jusqu'au consommateur final (transport, présentation, publicité, services divers avant et après la vente...). La concurrence se fait bien alors par le prix. Toutefois, compte tenu du caractère très hétérogène des inputs, on peut se demander si l'étude d'un tel prix relève encore du schéma d'analyse classique.

21. W. Alderson, *Marketing Behavior and Executive Action*, Irwin, 1957, p. 101 et suiv.

22. E.-H. Chamberlin, *The Theory of Monopolistic Competition*, Cambridge, 1948.

Nous sommes très proches aussi de l'idée de concurrence effective, ou *workable competition*, rendue célèbre par J.-M. Clark ²³. La concurrence doit moins s'apprécier en fonction des structures des marchés que d'après les résultats qu'elle apporte. Il importe avant tout que la concurrence fonctionne, c'est-à-dire que les prix, la qualité, la quantité des produits soient satisfaisants ; et qu'il demeure toujours une concurrence potentielle sur le marché.

Dans ces conditions, la limitation de la concurrence va consister en une diminution de cet effort de compétition ; autrement dit, la limitation de la concurrence va résulter d'un accroissement de l'aptitude à pratiquer une stratégie du marché au-delà des limites requises par la compétition. Dans l'optique des spécialistes en administration des entreprises, pour qu'il y ait concurrence, il faut qu'il y ait influence sur le marché. Mais une influence démesurée sur le marché, la volonté de la part de l'entrepreneur de se comporter avec une indépendance totale constituent des limites à la concurrence et la recherche d'une domination du marché. La transition entre compétition et recherche d'une domination du marché n'est, nous disent Borchardt et Fikentscher ²⁴, qu'une question d'appréciation ! C'est bien là que réside la difficulté.

Il est très difficile en effet de dire jusqu'où il y a recherche de l'amélioration d'une position concurrentielle et à partir de quel moment il y a entrave au libre jeu de la concurrence. En effet, les mêmes pratiques de la part des entrepreneurs peuvent aboutir à des solutions divergentes. Nous n'en prendrons pour exemple que la pratique des contrats d'exclusivité : ils peuvent être pour l'entrepreneur le seul moyen de trouver un réseau de distribution sur un nouveau marché (un vendeur n'accepterait d'assurer la distribution du produit qu'à la condition d'être sûr d'en avoir l'exclusivité) ; mais ils peuvent aussi être une technique destinée à obtenir une position dominante sur un marché donné afin de pouvoir par la suite user et abuser de cette domination. De très nombreux exemples peuvent être donnés à l'appui de l'une et de l'autre de ces possibilités.

²³. J.-M. Clark, « Toward a Concept of Workable Competition », *American Economic Review*, 1940, pp. 241-256.

²⁴. Borchardt et Fikentscher, *op. cit.*, pp. 28, 50 et ss.

Sans entrer ici dans le détail, nous serions assez tenté de dire que toutes les pratiques de *marketing* peuvent servir aussi bien une recherche de meilleure compétitivité (sur des marchés existants ou nouveaux, pour des produits anciens ou neufs) qu'une politique malthusienne de ralentissement volontaire de la production ; et pour le moment, force est de constater que les critères permettant de faire le partage entre l'une et l'autre tendance, sans être rares, manquent beaucoup de précision.

En conséquence, on comprend que les juristes aient quelque méfiance vis-à-vis de ces nouvelles formes de concurrence, qui, pour être très réelles, n'en demandent pas moins une appréciation parfois très subtile. On comprend aussi que les pouvoirs publics se soient vus obligés d'intervenir dans un domaine qui a une influence importante sur le développement et la structure de l'activité économique.

3. *Les pouvoirs publics.* — Dans la « théorie classique », le rôle des pouvoirs publics était très limité. Ils devaient se contenter d'assurer le respect des règles du marché afin que rien n'entrave leur bon fonctionnement. Le marché est créé par l'homme, mais il ne peut fonctionner que dans un cadre (et notamment un cadre institutionnel) approprié. « La main invisible, écrit L. Robbins, est celle du donneur de lois, la main qui écarte de la sphère de la recherche de l'intérêt personnel, les possibilités qui ne s'harmonisent pas avec le bien public »²⁵. Mais le rôle de l'État se limite à cela ; une fois le marché en état de fonctionnement, toute intervention devient nuisible. Il était donc normal, dans une telle optique, que les pouvoirs publics, hormis les législations anti-trust, anti-cartel, etc., n'aient pas à se préoccuper de la dimension des entreprises, de la concentration et de la concurrence.

L'optique change fondamentalement lorsque, avec l'importance prise par les fluctuations de l'activité économique, on a de plus en plus demandé à l'État de conduire une politique économique destinée à assurer le plein emploi d'abord, une meilleure et plus juste répartition des revenus ensuite, une recherche de la croissance la plus rapide et la plus régulière possible tout en maintenant la stabilité des

25. L. Robbins, *The Theory of Economic Policy in English Classical Political Economy*, Londres, 1952, cité par R. Barre, *Économie politique*, Thémis, tome I, 1961, p. 39.

prix, enfin. De ceci, il résulte que l'État, de spectateur-arbitre est devenu non seulement un tiers intervenant, mais un co-participant²⁶. À partir du moment où le tiers du produit national passe par le filtre des finances publiques, il est évident que, bon gré mal gré, l'État ne peut plus se désintéresser de ce qui constitue un rouage essentiel de l'activité économique.

L'accroissement de la dimension des firmes dans le monde contemporain a pour effet de leur conférer un rôle qui est souvent d'intérêt public. « Le principe d'indifférence de l'État à l'égard de l'entreprise est alors inapplicable, même pour un État de tendances très libérales, à supposer qu'un tel État soit possible »²⁷. « Pour des raisons économiques (importance des capitaux investis) et sociales (nombre des salariés employés), l'État ne peut pas se désintéresser de la vie de ces entreprises, ni de leur destin. Aussi est-il amené à leur accorder des avantages financiers (prêts, subventions), fiscaux (détaxes) ou douaniers (tarifs protecteurs) et dans les cas extrêmes, à les renflouer »²⁸.

Mais au-delà de ces interventions qui peuvent être guidées par les circonstances, les pouvoirs publics peuvent avoir une politique plus ou moins systématique en faveur des grandes entreprises. Parce qu'elles favorisent le progrès technique et économique, parce qu'elles permettent de réaliser des économies d'échelle et en définitive parce qu'elles sont les mieux placées pour affronter la concurrence internationale, les grandes entreprises peuvent recevoir des pouvoirs publics des encouragements à agrandir encore leurs dimensions. On a connu, spécialement à la suite des années trente, des gouvernements qui encourageaient la création de cartels et d'ententes. On connaît actuellement des pays où les pouvoirs publics favorisent implicitement ou explicitement les pratiques de concentrations industrielles. Il n'est même pas sûr que ces tendances se limitent aux pays capitalistes ; en économie planifiée ne voit-on pas aussi un accroissement de la dimension des firmes être recherché en vue d'une meilleure productivité et d'une accumulation accélérée du capital²⁹ ?

Mais en même temps qu'ils encouragent l'accroissement de la dimension des entreprises, les pouvoirs publics sont souvent assez

26. Cf. A. Barrère, *Politique financière*, Dalloz, Paris, 1959.

27. Schumpeter, *Capitalisme, socialisme et démocratie*, Payot, 1963.

28. R. Barre, *Économie politique*, Thémis, tome I, Paris, 1961, p. 371.

29. Cf. E. Verre, *L'entreprise industrielle en Union Soviétique*, Sirey, 1965.

réticents vis-à-vis des grandes entreprises. Celles-ci, en effet, en raison de leur puissance financière, détiennent un pouvoir qui peut parfois être lourd de conséquences. Les grandes entreprises, par des moyens divers, peuvent avoir une influence non seulement économique, mais politique ; ceci est d'autant plus vrai qu'en de nombreux pays ce sont elles qui contribuent à alimenter les « caisses électorales » ! On peut voir alors se développer un État dans l'État, qui est d'autant plus puissant qu'il s'agit bien souvent d'intérêts financiers internationaux.

« La concentration de la puissance et la politisation de l'économie est un phénomène qui, en quelque sorte, nous dépasse et conduit à tout un tissu d'absurdités économiques et d'injustices. Que l'on songe au problème des stocks invendables de céréales ou de vin, aux salaires subventionnés des mineurs en Allemagne [et ailleurs !] grâce auxquels se maintient une production par ailleurs trop élevée, bref à la fixation politique à l'« amiable » de certains prix, de sorte qu'à la fin chacun subventionne l'autre : de cette façon, celui qui crie le plus et qui a le plus de « voix » derrière lui reçoit le plus, indépendamment de son rendement économique ; tout calcul économique significatif est exclu. Si cela continue, nous en arriverons bientôt, dans l'économie du marché, à ce que les économies dirigées cherchent à éviter, c'est-à-dire un état où les prix ne reflètent pas exactement les raretés et où, par la suite, les fautes d'orientation des facteurs de production sont inévitables. »³⁰

Aussi, les pouvoirs publics sont-ils souvent amenés à intervenir pour remédier à cette situation. Ils peuvent le faire de différentes façons. À l'extrême, ils peuvent purement et simplement considérer qu'une position dominante ne doit plus rester du domaine de l'initiative privée et procéder à la nationalisation de l'entreprise considérée. Notons que dans une telle hypothèse on ne rétablit en rien la concurrence sur le marché ; on considère seulement que l'entreprise à caractère public ne commettra pas d'abus, ou que si elle en commet, ce sera dans le sens de l'intérêt général. D'une façon moins radicale et peut-être plus efficace, les pouvoirs publics peuvent s'efforcer de rétablir une certaine concurrence sur le marché. Dans un secteur monopolistique ou oligopolistique, ils peuvent décider

30. W. Krelle, « Au-delà de la concurrence parfaite », *Les formes modernes de la concurrence*, op. cit., p. 33.

de transformer une concurrence potentielle en concurrence effective par la création d'une firme à caractère public. Il faut toutefois remarquer que cette entreprise, en raison même de son caractère public, va souvent bénéficier d'avantages qui risquent de fausser le jeu de la concurrence. La situation sera néanmoins préférable à ce qu'elle était précédemment. Ils peuvent aussi aider des firmes petites ou moyennes à se concentrer, pour qu'elles atteignent un certain quantum d'action sur le marché.

Sans entrer dans le détail de tous les moyens fiscaux, financiers, etc., dont disposent les pouvoirs publics pour freiner l'accroissement du pouvoir des grandes entreprises, notons la possibilité d'une politique efficace dans ce domaine ³¹. Toutefois, il faut bien remarquer qu'une telle politique manque souvent de cohérence car elle se trouve prise dans un certain nombre de dilemmes. Favoriser le progrès technique, le dynamisme industriel et la croissance économique peut entraîner comme corollaire le développement de pouvoirs monopolistiques. Lutter contre ces pouvoirs peut être un frein au progrès économique. En réalité, il y a souvent conflit entre des intérêts à court terme et des intérêts à long terme. La cohérence d'une politique dans le temps appelle alors une programmation à un horizon temporel suffisamment éloigné et ceci nous écarte encore de la conception libérale classique d'où nous sommes parti.

De tout ceci il résulte que l'évolution des structures économiques a amené des divergences croissantes entre ceux qui se préoccupent des problèmes de dimensions des entreprises, de concentration et de concurrence. À l'heure actuelle, on se trouve non seulement en présence de divergences, mais aussi de beaucoup d'ambiguïtés au sujet des notions mêmes que nous venons d'évoquer. Aussi n'est-il peut-être pas inutile d'essayer de mettre un peu d'ordre en examinant les rapports qui existent entre elles.

II — *Schéma des rapports existant entre la dimension des entreprises, la concentration et la concurrence.*

En présence de ces avis divergents, quelle est l'attitude des économistes ? « La théorie, malgré ses progrès, malgré le passage du

³¹. À condition bien entendu que les pouvoirs publics ne soient pas sous la coupe des grandes entreprises !

modèle classique aux modèles modernes, ne progresse pas, ne s'étend pas assez vite pour rendre compte de tous les changements profonds du monde économique actuel. La notion de concurrence, que ce soit en concurrence parfaite ou imparfaite, ou en monopole, reste une des pièces explicatives de la formation du prix. Ne doit-elle pas être replacée dans une théorie plus large tenant compte des autres variables qui interviennent du côté du producteur (déterminants de l'offre), du côté du consommateur (déterminants de la demande), et lors de la rencontre entre les deux catégories de partenaires ? »³². Ne faut-il pas s'efforcer de construire (ou au moins de rassembler des matériaux pour construire) une théorie qui s'applique à cette nouvelle forme de concurrence qui n'est pas, comme l'écrit M. Byé, « la concurrence classique plus ou moins quelque chose », mais qui est d'une autre nature ?

Il faudra bien un jour s'atteler à la tâche de bâtir un nouveau schéma qui puisse rallier les suffrages de ceux qui sont aujourd'hui dispersés. Sans avoir la prétention d'entreprendre pareille tâche, il semble qu'il y a pourtant un certain nombre de points qui devraient pouvoir être considérés comme acquis. Il y a des rapports qui ne peuvent plus être ignorés. C'est en quelque sorte à un travail de mise en ordre que nous voudrions nous livrer en examinant tour à tour les trois notions qui nous préoccupent.

1. *La dimension des entreprises.* — La donnée évidente est que la dimension des entreprises s'est considérablement accrue depuis le 19^{ème} siècle et que cet accroissement, loin de se ralentir, semble plutôt avoir tendance à s'accélérer dans le monde contemporain. L. Armand en donne les raisons premières³³ :

« Pour l'automobile comme pour l'aviation, la concentration s'est faite autour des outils de production. Il y a une limite au-dessous de laquelle on ne peut pas concilier qualité et prix de revient. On est conduit à construire de vastes usines pour disposer de l'outillage approprié ; et pour le faire fonctionner, de façon continue, pour l'amortir dans de bonnes conditions, il faut des débouchés toujours plus grands. C'est la qualité de l'outillage qui fait la qualité du produit, et alors « la qualité est le sous-produit de la quantité ».

32. A. Piatier, *op. cit.*, p. 20.

33. L. Armand, « Contribution à l'Encyclopédie Larousse », tome IX. *L'Univers économique et social*, p. 9-08-10.

... « Ainsi, la recherche de la productivité et de la qualité, pousse-t-elle à l'accroissement de la dimension de l'entreprise et du marché correspondant, d'où des facteurs objectifs qui expliquent la puissance croissante des grandes nations et conduisent à la création d'ensembles économiques toujours plus étendus, comme les institutions économiques de l'Europe des Six ».

En dehors même de la création de nouveaux ensembles économiques, la dévalorisation des frontières à laquelle on assiste un peu partout dans le monde depuis quelque vingt années, apporte un élément neuf dans la croissance des grandes unités internationales. Dans le passé, la G.U.I. implantait ses entreprises en fonction de barrières douanières, pour se jouer des tarifs ; aujourd'hui, elle le fait en fonction des marchés élargis par dévalorisation des frontières dont elle veut assurer la conquête. Autrement dit, la structure des entreprises reflète des transformations de structures plus profondes qui nous font passer des nationalismes étroits à un internationalisme de plus en plus large³⁴ ; elle s'adapte toujours (ou cherche à s'adapter) aux nouvelles dimensions des marchés.

L'accroissement de la dimension des entreprises apparaît donc comme une donnée contre laquelle il est vain de s'élever ; « l'évolution nouvelle a apporté à la couverture des besoins économiques de l'homme tant d'améliorations certaines et indiscutables que personne ne songe sérieusement à les sacrifier »³⁵. Encore faut-il remarquer que cette constatation n'est pas exempte d'ambiguïtés, car la dimension des entreprises n'est pas un concept univoque. On peut en effet apprécier la dimension d'une entreprise à partir du personnel employé, du capital investi, de la valeur ajoutée, etc. ; on peut aussi rechercher sa part du marché, le nombre de ses filiales, le nombre de conseils d'administration auxquels ses dirigeants participent, etc. Pour chacune de ces méthodes il existe des moyens statistiques de calcul d'indices ou de représentation de l'importance de la dimension. Mais il n'existe pas d'indice ou de moyen de représentation général pour la totalité des aspects de la dimension. Chaque

34. On pourra voir à ce sujet deux conceptions différentes : F. Perroux, *L'Europe sans rivages*, Paris, 1954 et A. Marchal, *L'Europe solidaire*, Cujas, Paris, 1964.

35. W. Krelle, *op. cit.*, p. 30.

méthode statistique objective correspond à des problèmes économiques particuliers ; et nous souffrons encore largement en ce domaine d'une insuffisance des connaissances.

Mais, si la dimension n'est pas un concept univoque, la notion de la dimension optimale l'est encore moins. Depuis très longtemps, théoriciens et praticiens cherchent à déterminer la dimension optimale d'une entreprise. Cette recherche n'a jamais pu aboutir de façon satisfaisante car il n'y a pas un optimum de dimension, mais plusieurs, et ces optimums varient suivant les pays et les époques en fonction de plusieurs variables. Du seul point de vue économique qui nous intéresse ici, et en précisant que l'optimum de dimension peut (entre autres) être représenté par la diminution maximale des coûts de production à long terme, on peut dire que la dimension optimale dépend du niveau de la technique et du niveau du progrès technique, de la nature du produit et des processus de production, de l'ampleur des débouchés (dimensions du marché), de la nature et de la structure de la demande (élasticités et possibilités de substitution). La dimension optimale dépend aussi de données institutionnelles, fiscales, sociales, etc. En conséquence, on peut admettre que dans le cas d'un produit donné et d'une entreprise travaillant pour un produit simple et homogène, on puisse, dans des conditions données, à un moment donné et sur un marché donné, déterminer une dimension optimale. Mais le résultat obtenu (souvent par observation dans plusieurs pays et en longue période) ne peut en aucun cas être généralisé et, sauf dans le cas d'une stabilité rare des variables énumérées, cet optimum risque d'être déjà dépassé par l'évolution au moment où on croit arriver à le saisir.

Compte tenu de cette multiplicité d'éléments, les discussions sur la taille souhaitable des entreprises sont souvent des « dialogues de sourds » ; car il arrive fréquemment que les arguments ne s'affrontent pas sur un même plan technique, économique ou financier. Il semble donc nécessaire d'effectuer des distinctions. M. Peyrard³⁶ distingue trois types d'optimum (un pour l'établissement et deux pour la firme) :

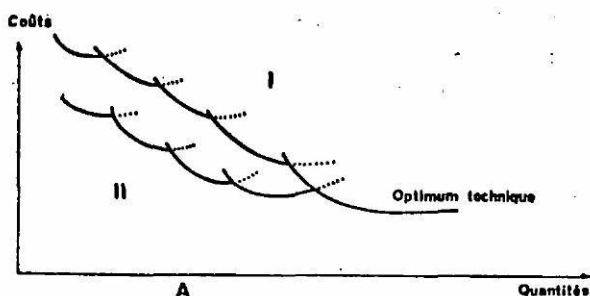
36. M. Peyrard, « Dimension de l'entreprise et concurrence », *Les formes modernes...*, op. cit., pp. 141 à 163.

— l'optimum technique se définit comme la taille de l'établissement pour laquelle les coûts de production sont les plus bas. Pour une fonction de production donnée, on peut tracer une courbe de coûts théorique à long terme comportant plusieurs paliers horizontaux : l'optimum technique se situe sur le palier horizontal le plus bas qui est aussi le plus large ;

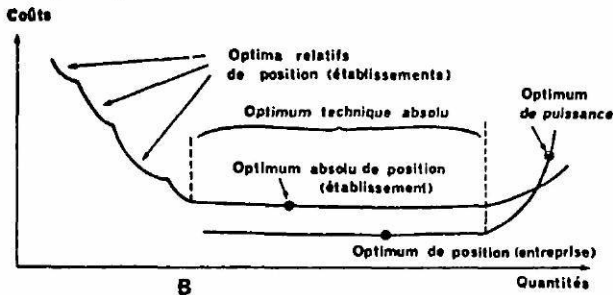
— l'optimum de position est la dimension requise pour occuper une part suffisante d'un marché considéré et assurer une position économique stable en maximisant les profits suivant l'horizon économique propre à la firme. Il dépend de l'état et de la dimension du marché et prend un sens différent selon que l'entreprise comprend un ou plusieurs établissements ;

— l'optimum de puissance est atteint lorsque, dépassant ses objectifs proprement économiques, l'entreprise cherche à exercer un pouvoir social ou politique et accepte, à cause de cela, de conserver une dimension qui ne lui assure pas les plus bas coûts de production. L'optimum de puissance est généralement d'une taille élevée, supérieure à l'optimum de position, et située sur la partie de la courbe des coûts qui n'est pas horizontale, généralement sur la droite de la courbe (mais il n'est pas exclu d'envisager l'existence d'un optimum de puissance sur la gauche de la courbe : par exemple celui de l'artisan ou du commerçant qui détient un marché local protégé — et tire de son monopole des avantages sociaux — alors que l'extension de son entreprise permettrait un abaissement des coûts et la conquête d'un marché plus grand, mais lui ferait perdre ses avantages extra-économiques en le réduisant à l'anonymat) ³⁷.

37. M. Peyrard fournit (*op. cit.*, p. 163) une représentation graphique des concepts utilisés que nous reproduisons ci-dessous.



Cette distinction ⁸⁸ nous semble particulièrement intéressante car elle a le mérite de sérier les problèmes et d'attirer l'attention sur des points qui ne semblent pas encore définitivement acquis. L'optimum technique est certainement très variable suivant les branches d'activités et il n'est pas sûr qu'il n'y ait pas un peu de mythologie dans la recherche d'une grande dimension, car elle est peut-être moins souvent nécessaire qu'on ne le prétend en général. De même, la dimension économique qui correspond à l'optimum de position repose sur la recherche des « économies d'échelle » ; mais, là encore, ne faudrait-il pas commencer à parler sérieusement des « déséconomies d'échelle » qui sont susceptibles d'intervenir à partir d'une certaine dimension ? Là aussi des distinctions suivant les secteurs nous semblent particulièrement importantes. Quant à l'optimum de puissance qui correspond essentiellement à la dimension financière de l'entreprise, c'est lui qui nous intéresse le plus en liaison avec la notion de concurrence. En effet, c'est bien un optimum de puissance qui est recherché dans les secteurs monopolistiques ou oligopolistiques, et c'est bien en fonction de ces impératifs que les grandes firmes vont opter pour la lutte ou la collaboration ⁸⁹.



Sur la partie A du graphique ont été représentées les courbes des coûts à long terme pour deux pays I et II. Le pays II a généralement des coûts plus bas (optimum relatif de position), mais les deux pays ont le même optimum technique.

Sur la partie B du graphique, on a tenté d'exprimer les positions respectives des divers optimums. L'optimum absolu de position de l'établissement se situe sur l'horizontale de l'optimum technique. L'optimum de position de l'entreprise est plus à droite sur une courbe des coûts de l'entreprise située au-dessous de la courbe des coûts de l'établissement. L'optimum de puissance se situe sur la partie de la courbe des coûts de l'entreprise qui est au-dessus de la courbe des coûts de l'établissement.

38. Nous avons nous-même à plusieurs reprises — et notamment dans : *La place des petites et moyennes entreprises dans le développement régional du Québec*, étude faite pour le compte du Conseil d'Orientation économique du Québec — utilisé les notions de dimensions techniques, économiques et financières. Nous reconnaissons toutefois que les définitions de M. Peyrard sont préférables.

39. La littérature est abondante en ce domaine. Nous renverrons simplement aux travaux déjà cités de J. Houssiaux, J. Austruy et W. Krelle. Nous voudrions ajouter : Baumol, *Business Behavior, Value and Growth*, Macmillan, 1959.

Ces trois notions de dimension sont donc en rapport étroit avec celles de concurrence. Mais elles nous éloignent certainement de la notion de concurrence classique ; il n'est même pas sûr qu'elles nous approchent simplement de la notion de concurrence monopolistique ; elles nous obligent peut-être — spécialement lorsqu'on parle d'optimum de puissance — à rechercher un concept de concurrence d'une nouvelle nature, susceptible de prendre en considération la stratégie et le comportement des firmes autrement qu'à travers des phénomènes de prix. Ce sont là des problèmes que nous retrouverons tout à l'heure. Il fallait pourtant faire ressortir les liens qui existent entre dimension des entreprises et concurrence.

Il faut faire ressortir aussi les liens qui existent entre la dimension des firmes et la concentration.

2. *La concentration.* — Non seulement les liens entre dimension des entreprises et concentration sont étroits, mais bien souvent on tend à confondre les deux expressions, car habituellement la concentration est considérée comme le phénomène de passage de la petite à la grande entreprise. Ceci renferme pourtant une ambiguïté : pour un état donné de dimension des entreprises, on dit qu'il y a une certaine concentration ; et, lors d'un processus d'accroissement de la dimension des entreprises, on dit encore qu'il y a concentration. En fait, il existe une notion statique et une notion dynamique de la concentration qu'il nous paraît important de bien distinguer.

Dans son aspect statique, la concentration est avant tout un phénomène technique : c'est le rassemblement des instruments de production entre un nombre de plus en plus petit d'établissements (ou de firmes) qui ont le plus souvent des tailles de plus en plus grandes. C'est en ce sens que l'on peut dire que la concentration industrielle est plus ou moins grande dans tel pays que dans tel autre. Autrement dit, on s'efforce, à un moment donné, d'apporter une photographie d'une situation. Ceci peut être utile pour des comparaisons internationales, mais c'est au fond sans grand intérêt pour le problème qui nous préoccupe. En effet, les entreprises ont souvent des liens plus ou moins organiques entre elles, et en conséquence la prise en considération de leur nombre (ce qui va déjà plus loin que la prise en considération du nombre des établissements) ne peut constituer qu'une première mesure grossière de la concen-

tration. On ne peut, comme nous aurons l'occasion de le montrer plus loin, lier un certain état de concentration avec un certain degré de concurrence.

On peut enrichir cette notion statique de concentration en précisant qu'elle peut revêtir différentes formes :

— horizontale, quand les établissements (ou les entreprises) fabriquent le même produit,

— verticale, quand ils fabriquent des produits dérivés les uns des autres, et donc lorsque les firmes sont liées par des relations réciproques de vendeur à acheteur,

— conglomérale, lorsqu'il s'agit de firmes qui agissent sur des marchés différents, mais ayant certains rapports entre eux en raison de la nature des produits (machines à laver, réfrigérateurs, appareils de télévision, etc.).

L'expérience américaine⁴⁰ nous indique que les concentrations horizontales sont celles qui risquent le plus souvent de porter atteinte à la concurrence. Les firmes qui se concentrent acquièrent un pouvoir renforcé sur le marché, voire une position dominante. Les concentrations verticales permettent, lorsqu'elles se combinent avec une concentration horizontale, l'exclusion des concurrents, des débouchés et des sources d'approvisionnement. Ceci est particulièrement vrai lorsque la firme qui opère la concentration occupe dans son groupe une position importante et que la firme acquise ou contrôlée représente une part substantielle du marché. Les concentrations par conglomérats présentent moins de risques à l'égard de la concurrence. Tout dépend également des puissances relatives des firmes qui dirigent l'opération de concentration et de celles qui la subissent.

Il est important de noter que les décisions anti-trust américaines se basent moins sur l'impact des concentrations, sur la structure industrielle, que sur les changements qu'elle apporte dans le comportement concurrentiel des entreprises. La dimension en tant que telle constitue rarement un critère déterminant. En revanche, on retient les effets sur la concurrence : blocage de l'entrée (affaire Crown-Zellerbach), risque de guerre des prix (affaire Crystal-Sugar) par réduction (affaire Brillo) ou par élévation des tarifs

40. Cf. *Mergers and Markets*, A report of the Conference Board, 2^e édition, 1962.

(affaire Ekoo). Mais par là même, la jurisprudence américaine tend à montrer que sa conception de la concentration des entreprises n'est pas seulement statique mais aussi dynamique.

Dans son aspect dynamique, la concentration apparaît comme un moyen de croissance des entreprises. En effet, les entreprises peuvent accroître leurs dimensions par investissements internes ; mais dans les meilleurs cas, cette croissance est forcément lente. Les entreprises recherchent donc, lorsqu'elles veulent avoir une croissance rapide, des moyens externes : fusions, absorptions, etc. En ce sens, la concentration va faire apparaître une évolution des structures industrielles ; elle va modifier à la fois le comportement des firmes et leurs situations respectives sur le marché.

Sous cet aspect dynamique, la concentration est un phénomène important pour l'entreprise qui peut acquérir, grâce à elle, une plus grande rentabilité, une plus grande diversification et une position concurrentielle sur un marché plus grand que précédemment. Il faut noter, avec A. Piatier ⁴¹, qu'une telle concentration n'est pas obligatoirement antinomique avec la concurrence. La concentration peut être un changement dans la dimension de la concurrence. En effet, et l'on retrouve ici les idées émises par Schumpeter, les entreprises peuvent se concentrer pour des raisons dynamiques d'amélioration de leur productivité et de leur situation concurrentielle. Mais, inversement, elles peuvent aussi envisager la concentration comme le moyen d'éliminer un concurrent sur le marché et d'acquérir, sinon une position dominante, du moins une position oligopolistique qui leur permettra de remplacer la compétition par une collaboration avec des concurrents moins nombreux. Dans ce cas, la concentration apparaît comme une limitation de la concurrence et l'on retrouve ici les idées des auteurs néo-libéraux et des lois anti-trust.

Dans ces conditions, il devient extrêmement difficile de donner une définition stricte du terme concentration. Certains voudraient réserver le mot concentration au phénomène dynamique qui va dans le sens d'un progrès économique. Tout ce qui serait accord de type malthusien entrerait dans la catégorie des ententes, cartels, etc. La réalité est moins simple : on connaît des concentrations qui man-

41. A. Piatier, *op. cit.*, pp. 24-25.

quent de dynamisme et des ententes qui ont permis l'amélioration d'une situation économique donnée (notamment les ententes de rationalisation).

On ne peut pas davantage se référer exclusivement à la notion juridique de disparition ou de maintien de pluralités de personnes juridiques après l'opération de concentration ou l'entente ; car il s'agit là d'un critère trop strict ne correspondant pas toujours à la réalité. Il faut peut-être alors, pour éclairer davantage le problème, essayer de mieux comprendre le processus de concentration lui-même. Rechercher les causes de la concentration, examiner les moyens utilisés pour se concentrer, étudier les résultats de la concentration sont peut-être trois domaines d'études susceptibles de nous amener à découvrir, *ex ante* ou *ex post*, quels sont les motifs profonds qui ont animé les entreprises et, par là même, éclairer leur comportement dans le domaine concurrentiel. Ceci n'exclut pas de s'interroger sur la notion de concurrence elle-même.

3. *La concurrence.* — C'est certainement au sujet de la concurrence qu'il est le plus difficile de rapprocher les positions en présence, d'une part, en raison de la complexité inhérente au problème, d'autre part, en raison du caractère émotif du concept. À tort ou à raison, nombreux sont ceux qui s'imaginent que remettre en cause le principe de la concurrence pure et parfaite, c'est mettre en question le système d'économie libérale lui-même. Il n'est pas pires « dialogues » que les dialogues passionnés ! Et là réside, peut-être, la cause fondamentale des orientations multiples des recherches dans le domaine de la concurrence.

Comme nous l'avons noté ci-dessus, avec A. Piatier, la concurrence parfaite s'affirme aujourd'hui comme instrument d'orientation en permettant de calculer ce que pourraient être des « prix parfaits ». Toutefois, il semble encore difficile de penser que cet outil d'orientation puisse être directement utilisé au niveau micro-économique de la firme. Pour le calcul de « prix de référence », il semble indispensable de disposer d'informations qui nécessitent une certaine centralisation.

De ceci, il résulte que la reconnaissance d'une valeur à la concurrence parfaite en tant qu'outil d'analyse ne résoud pas automatiquement les problèmes pratiques du fonctionnement du sys-

tème économique ⁴². « La science économique a pour mission de développer des instruments nouveaux adaptés aux circonstances nouvelles et qui permettront de trouver pour l'avenir une voie rationnelle du point de vue économique, ce qui n'est plus le cas avec la théorie de la concurrence parfaite. Au-delà de la concurrence parfaite sont apparues de nouvelles formes de marché qu'il convient d'analyser et de comprendre dans leur fonctionnement » ⁴³.

Ces formes de marché sont essentiellement, dans l'économie moderne, les marchés monopolistiques et oligopolistiques ; et, depuis la révolution chamberlinienne, on tend de plus en plus à considérer monopole et oligopole non comme des exceptions, mais comme des normes possibles. Dans la mesure, en effet, où l'on abandonne l'idée de marché en tant qu'entité abstraite, pour rechercher quel est le marché réel d'un produit, on voit apparaître monopoles ou oligopoles aussi bien sur des marchés locaux ou régionaux que sur des marchés nationaux, internationaux, voire mondiaux. Nous rejoignons alors les idées de E.-H. Chamberlin. Il a montré qu'en fonction de sa localisation et de la différenciation de son produit, chaque firme disposait, sur un certain marché, d'un certain pouvoir de monopole ; mais il a montré aussi que ce pouvoir de monopole est rarement absolu car il doit affronter d'autres monopoles sur d'autres marchés (substitution). « C'est donc une situation oligopolistique qui doit être considérée comme terme de référence dans la plupart des cas » ⁴⁴.

Certains vont même plus loin et estiment que la théorie de la concurrence pure devrait être établie à partir de celle de l'oligopole. « C'est ainsi que pour M. Bouchard ⁴⁵, la passivité du comportement atomistique est non seulement peu réaliste, mais en contradiction avec les hypothèses de rationalité et d'information parfaite postulées par la théorie. Dans le monde transparent et rationnel de l'économie pure, il n'y a pas de place pour des producteurs non sensibles à des variations de prix même très faibles (l'hypothèse du seuil de réaction n'est en effet pas compatible avec celle de la con-

42. Nous reviendrons sur cette question dans l'article *infra*.

43. W. Krelle, *op. cit.*, p. 34.

44. Austruy, *op. cit.*, p. 88.

45. M. Bouchard, « De la concurrence », *Économie Appliquée*, n° 1, 1961, pp. 5 à 26.

naissance parfaite)... C'est donc à partir de l'oligopole que doit, selon cet auteur, s'établir l'analyse de la concurrence »⁴⁶.

Une telle attitude a reçu une confirmation juridique à l'occasion de l'arrêt rendu par la Cour de Justice des Communautés européennes le 18 mai 1962 à propos de l'affaire dite des Comptoirs de la Ruhr. L'arrêt donne de la structure du marché charbonnier la description suivante : « Attendu, écrit-il, que ce serait fermer les yeux aux réalités que de voir dans le marché du charbon ou dans celui de l'énergie un marché atomistique de concurrence parfaite ; qu'il ne groupe pas une poussière de producteurs inaptes à affecter, par le poids de leurs offres, les conditions du marché, mais un nombre limité d'entreprises, dont la production est presque toujours importante ; que c'est la nature des choses qui fait du marché de l'énergie un marché où s'affrontent les grandes unités... » ; quelle est alors la caractéristique de ce régime de l'oligopole qui est aussi celui de la concurrence imparfaite ? À cette question, l'arrêt répond que cette caractéristique est « l'aptitude de chaque vendeur à tenir compte, dans ses calculs économiques, du comportement probable que ses concurrents adopteront en réponse à ses propres décisions, pour la très simple raison que ce qu'ils font est un résultat direct de ce qu'il fait. Le contraste avec la concurrence pure est, sur ce point, fondamental. Si le marché de l'énergie est bien un marché oligopolistique, offrant à ceux qui y participent la possibilité d'une véritable stratégie économique, il ne peut pas ne pas leur conférer un certain pouvoir de déterminer les prix »⁴⁷.

« Ainsi deux notions neuves et, à notre sens, parfaitement justifiées sont introduites par la Cour dans l'analyse du marché charbonnier. Ce marché comporte des pouvoirs. Ces pouvoirs agissent en fonction des attitudes que mutuellement ils prévoient et mettent en œuvre une stratégie. Ils ne peuvent donc pas ne pas déterminer les prix, dans une certaine mesure »⁴⁸.

On est alors très près de pouvoir dire avec W. Fikentscher que la concurrence suppose la possibilité d'influencer le marché. Dans le cas contraire, il n'y a pas d'alternative pour le client, et pas de

46. Austruy, *op. cit.*, p. 89.

47. On verra cet arrêt et l'analyse qui en est faite par M. Byé dans : *Droit social*, mai 1963, pp. 257 à 272.

48. M. Byé, article cité, p. 262.

possibilité de planification pour l'entrepreneur. Si l'influence sur le marché est nettement plus forte que ne l'exige la concurrence, il y a limitation de la concurrence. Si l'influence sur le marché est si forte qu'il ne reste plus au client de véritable alternative et qu'il n'est pas nécessaire pour l'entrepreneur de tenir compte dans sa planification d'offres ou de demandes concurrentes, la limitation de concurrence s'appelle domination du marché.

Toutefois, parvenu à une telle conception, il demeure encore une ambiguïté : est-ce que cette « concurrence praticable » (suivant l'appellation de la Cour de Justice des Communautés européennes) doit être considérée « comme une simple dégradation de la concurrence parfaite », à laquelle on peut appliquer de façon « raisonnable » les dispositions concurrentielles des législations anti-trust ; ou bien faut-il la considérer comme un régime *sui generis*, sous lequel « se cache une réalité hétérogène sur certains points à celle de la concurrence parfaite »⁴⁹.

Dans son article précité, le professeur Byé démontre de façon tout à fait pertinente, qu'en raison des pouvoirs que l'on reconnaît aux centres de décisions oligolistiques et de leur aptitude à imposer leur choix, la concurrence praticable diffère fondamentalement, de la concurrence parfaite. Il faut alors, souligne-t-il, aller jusqu'au bout de la logique d'un tel raisonnement ; et, puisqu'il y a non seulement différence de degré, mais différence de nature entre la concurrence parfaite et la concurrence praticable, il faut pour apprécier cette dernière faire appel à des critères qui ne soient pas seulement quantitatifs, mais aussi qualitatifs. Puisqu'il ne s'agit plus d'apprécier un degré de concurrence à partir de la seule structure objective du marché, mais qu'il faut prendre en considération le comportement des firmes, il faut bien apprécier qualitativement ce comportement.

Cette conclusion à laquelle se range un nombre de plus en plus grand de personnes ne résoud pas pour autant tous les problèmes. En effet, quels sont les critères qui vont permettre d'apprécier le plus objectivement possible le comportement des firmes sur le mar-

49. M. Byé, *op. cit.*, p. 260.

ché? On retrouve ici le problème soulevé par les juristes qui se refusent, dans un souci de bonne justice, à accepter des critères subjectifs dont l'appréciation pourra être divergente suivant les cas. De façon subsidiaire, reste aussi ouverte la question de savoir si une telle conception est valable pour l'ensemble des secteurs économiques ou si, au contraire, elle ne doit être appliquée qu'aux secteurs oligopolistiques.

Louis REBOUD,
*professeur à l'École des
Hautes Études commerciales
(Montréal)*