

Cours d'Economie Industrielle 00

Introduction

Marc Bourreau

Telecom ParisTech

Qu'est-ce que l'économie industrielle ?

- L'économie industrielle s'intéresse
 - au fonctionnement des marchés et des industries,
 - à la façon dont les firmes se font concurrence sur ces marchés.
- C'est aussi l'objet de la microéconomie, mais...
 - L'économie industrielle se concentre sur l'analyse des situations de “**concurrence imparfaite**”, entre la vision utopique de la concurrence pure et parfaite et le contre-exemple du monopole.
 - L'économie industrielle approfondit l'analyse de la concurrence entre firmes en mettant l'accent aussi sur les **variables non tarifaires** (stratégies de publicité, de différenciation, investissements en R&D...).
- Double approche *positive* (explicative des faits) et *normative* (construction de théories, analyse du bien-être).

A quoi sert l'économie industrielle ?

A fournir des **outils d'analyse conceptuelle** pour analyser les marchés et les stratégies des firmes : comprendre, évaluer, anticiper.

- Pour les entreprises et les cabinets de conseil en stratégie (ex : BCG, McKinsey) qui analysent et anticipent les comportements des entreprises sur les marchés.
- Pour les autorités de régulation (ex : ARCEP, CRE) et les autorités de la concurrence (ex : l'Autorité de la concurrence en France) qui interviennent pour éviter les conséquences négatives auxquelles peut conduire le pouvoir de marché.

Le développement de l'économie industrielle

- A la fin du 19^{ème} siècle, vote d'une **loi "antitrust"** (politique de la concurrence) aux Etats-Unis (Sherman Act de 1890)
 - Pour préserver la concurrence sur les marchés et lutter en particulier contre les ententes. La politique de la concurrence cherche aussi à lutter aussi contre les tentatives de "monopolisation" (ou d'abus de position dominante).
 - Ce qu'était une entente était clair, mais ce qui constituait une action illégale l'était moins : en 1920, la Cour Suprême innocente US Steels qui avait pris le contrôle de 70% des capacités de production.
- Premiers développements de l'économie industrielle : **l'école de Harvard**
 - L'école de Harvard (Chamberlin, Bain...) se développe dans les années 1930 à 1960 pour essayer de fournir des lignes directrices à la politique de la concurrence.
 - Elle cherche à déterminer si on peut inférer qu'un comportement est illégal à partir de certaines caractéristiques (ex : taille des entreprises).
 - → **Paradigme "SCP" : structure - comportement - performance**. La structure de marché (nb vendeurs, différenciation, coûts...) influence le comportement des entreprises (prix, investissements...), ce qui détermine la performance du marché (efficacité, variété...).

Le développement de l'économie industrielle

- Seconde vague dans les années 1970 : **l'école de Chicago**
 - Dans les années 1970, le paradigme SCP est remis en cause : pas de confirmation empirique concluante.
 - L'école de Chicago (Posner, Bork, Peltzman, Stigler...) se développe en réaction : approche comportement - performance - structure. Le mécanisme régulateur du marché est la libre concurrence entre les entreprises. Peu d'actions sur la structure...
 - Mais l'école de Chicago manque des outils nécessaires pour décrire les interactions stratégiques.
- L'économie industrielle dans les années 1980-1990 : **"post-Chicago" ou "nouvelle économie industrielle"**
 - Analyse des interactions stratégiques entre les entreprises à l'aide de la théorie des jeux non coopératifs. Comportement, structure et performance s'influencent mutuellement.
 - Progrès dans deux domaines fondamentaux : comportements des acteurs en dynamique et étude des asymétries d'information.

Le développement de l'économie industrielle

- L'économie industrielle depuis les années 2000 :
 - Application des modèles d'économie industrielle à des marchés spécifiques : économie industrielle des télécommunications, du numérique, etc.
 - Développement et adoption de nouveaux outils méthodologiques : économétrie structurelle (*empirical industrial organization*), économie expérimentale, économie comportementale, etc.

Comment fait-on de l'économie industrielle ?

Joseph Schumpeter, *History of Economic Analysis*, 1954.

"What distinguishes the scientific economic analyst from other people who think, talk and write about economic topics, is a command of three main techniques: history, statistics and theory - theory being defined as "box of tools" or a set of models that permit one to deal analytically with broad classes of cases by focussing on certain properties or aspects they have in common".



→ En économie industrielle, on développe des **modèles** assez généraux et simples, pour qu'ils puissent s'appliquer pour analyser une **grande variété** de cas.

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

Le contexte

Décision annoncée le 8 janvier 2008 par Nicolas Sarkozy de supprimer progressivement la publicité sur les chaînes publiques. Débats depuis sur la réintroduction de la publicité sur ces chaînes.

- Réaction de la presse : *"L'effet d'aubaine de cette éventuelle réforme pour les deux chaînes privées n'a échappé à personne. Elles récupéreraient, dans ce cas, une bonne part des recettes publicitaires engrangées par France Télévisions - 760 millions d'euros en 2007"* (Le Monde du 9 janvier 2008).
- Après l'annonce faite par Nicolas Sarkozy, les cours de bourse de TF1 et de M6 s'envolent de 10% et 4,5% respectivement.
- Le 25 juin 2008, la Commission Copé estime le "manque à gagner" pour France Télévision (FTV) à 450 millions d'euros (revenus publicitaires de FTV en 2007, soit 800 millions d'euros, moins les revenus de la publicité avant 20h (200 m) et sur RFO et France 3 Régions (150 m)).

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

A votre avis...

Est-ce une bonne analyse de l'économie du marché de la télévision ?

- Quels pourraient être les effets de la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique ?
 - D'autres chaînes pourraient attirer les annonceurs ? Chaînes de la TNT...
 - D'autres supports médias (presse, Internet, ...) ?
 - Effet sur le prix d'un espace publicitaire ?
 - Prise en compte des "contraintes de capacité" (espaces publicitaires limités) ?
 - Effet de la suppression de la publicité sur l'audience du service public ?
- → L'économie industrielle fournit **des outils** qui permettent d'analyser ce type de question : modèles de concurrence, de réaction stratégique, etc.

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

Un "effet d'aubaine" ?

	112 jours après la réforme	301 jours après la réforme
TF1	-15%	-2%
M6	-7%	+2%
Radios généralistes	+9%	+11%
Radios FM	+4%	+5%
Presse quotidienne	+9%	+6%

Tableau 3 : Evolution du chiffre d'affaires publicitaires de différents médias 112 jours et 301 jours après la réforme³⁰

Source : Bourreau et Grèce (2011).

Un second exemple : la 4ème licence mobile

Le contexte

Une 4ème licence mobile est attribuée à Free en décembre 2009. Free Mobile lance ses offres (sans engagement) en janvier 2012.

- L'entrée d'un 4ème opérateur est vue comme une bonne chose pour stimuler la concurrence sur le marché des mobiles, un marché souvent considéré comme "peu dynamique".
- Mais ce 4ème entrant est parti en retard par rapport aux 3 premiers
 - Investissements importants nécessaires... et controverse sur le contrat de gros avec Orange
 - Réactions des 3 premiers opérateurs à cette entrée d'un nouveau concurrent ?
 - Investissements dans la 4G, création de "filiales" low-cost (*fighting brands*)...
- → En économie industrielle, on considère **d'autres dimensions dans la concurrence** que le prix : les investissements en capacité, en R&D, ...
- Pour "stimuler la concurrence", on laisse se construire un 4ème réseau : **Cette duplication des équipements est-elle souhaitable ?**
- → **Le critère d'efficacité** : le bien-être social (ou welfare)

Structure du cours

- **Partie 1** : du monopole à l'oligopole
 - Le monopole, la régulation du monopole, la discrimination par les prix
 - L'oligopole
 - La collusion
- **Partie 2** : les comportements stratégiques
 - Différenciation et publicité
 - Structure de marché et pouvoir de marché
 - Comportements stratégiques, entrée, sortie
 - Relations verticales et intégration verticale
 - Concurrence et technologie (R&D, réseaux et standards, etc.)

Dates des séances

- Six séances de cours :
 - Aujourd'hui : Monopole et discrimination par les prix
 - Vendredi 23 septembre : L'oligopole ; La collusion
 - Jeudi 29 septembre : Différenciation et publicité
 - Vendredi 14 octobre : Structure de marché, pouvoir de marché ; Comportements stratégiques, entrée, sortie (1)
 - Vendredi 21 octobre : Comportements stratégiques, entrée, sortie (2) ; Les relations verticales (1)
 - Vendredi 21 octobre : Les relations verticales (2) ; Concurrence et technologie (R&D, réseaux et standards)

Evaluation et suivi

Evaluation

- Note d'économie industrielle : examen final (vendredi 28 octobre).
- Capacité à utiliser les concepts de l'économie industrielle pour analyser un problème.
- Capacité à résoudre un problème de modélisation simple.

Suivi

- Syllabus
- Transparents : disponibles sur le site web <http://ses-perso.telecom-paristech.fr/bourreau/> (partie "Teaching").
- Pour envoyer un mail (questions sur le cours etc.) :
 - marc.bourreau@telecom-paristech.fr

Bibliographie indicative

- Un bon ouvrage d'introduction : Cabral, 2000, *Introduction to Industrial Organization*, MIT Press (en anglais uniquement).
- Un ouvrage plus avancé : Belleflamme et Peitz, 2010, *Industrial Organization: Markets and Strategies*, Cambridge Univ. Press.
- L'ouvrage historique de référence (niveau avancé) : Tirole, 1988, *Théorie de l'organisation industrielle*, Economica (2 tomes).
- Un ouvrage de référence sur la politique de la concurrence : Motta, 2004, *Competition Policy: Theory and Practice*, Cambridge Univ. Press.
- Sur le même sujet, plus synthétique : Repères "La politique de la concurrence", Emmanuel Combe, 2008.