

Ouvertures Économiques

Organisation industrielle

Dynamique des marchés et
stratégies des firmes

Roxana **Bobulescu**
Faruk **Ülgen**

Préface de Bernard **Baudry**

+ Enseignement
à distance

L

M

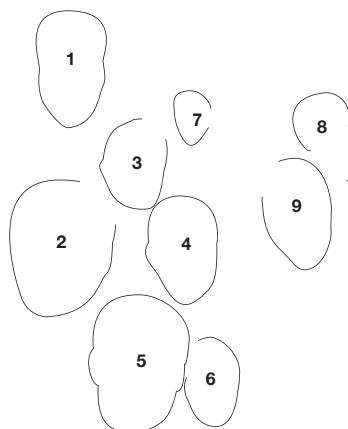
D



de boeck



Organisation industrielle



1 | **Georges AKERLOF** (1940-). Né dans le Connecticut, Georges Akerlof est docteur en sciences économiques du Massachusetts Institute of Technology (MIT). Professeur à Berkeley, le prix Nobel d'économie lui a été décerné en 2001, en compagnie de Joseph Stiglitz et Michael Spence pour ses travaux sur l'asymétrie d'information et la « sélection adverse ».

2 | **Oliver E. WILLIAMSON** (1932-). Né dans le Wisconsin, Oliver E. Williamson est docteur de l'Université Carnegie-Mellon. Professeur à Berkeley, il est le fondateur de la « nouvelle économie institutionnelle », où un rôle central est attribué au concept de coût de transaction, développé dans un article célèbre du prix Nobel 1991, Ronald Coase.
Photo : © <http://groups.haas.berkeley.edu/bpp/oew/>

3 | **Maurice ALLAIS** (1911-). Né à Paris, Maurice Allais est sorti major de l'École polytechnique en 1933. Il a obtenu le prix Nobel d'économie en 1988. Ses travaux ont eu une influence déterminante après-guerre sur les ingénieurs-économistes français (L'Économie pure (1943) et Économie et intérêt (1947)) mais une part significative de sa réputation internationale est due aussi au « paradoxe d'Allais », remise en cause de la théorie face au risque de von Neumann et Morgenstern.

4 | **Joseph STIGLITZ** (1943-). Né dans l'Indiana, Joseph Stiglitz est, à 26 ans, professeur à l'Université de Yale. La thèse de cet ancien étudiant du Massachusetts Institute of Technology (MIT), portant sur le rationnement du crédit, est célèbre dans le monde universitaire. J. Stiglitz développera par la suite ses analyses sur l'imperfection de l'information et ses conséquences sur le fonctionnement des marchés. Chef de file des nouveaux keynésiens, il a obtenu le prix Nobel d'économie en 2001 (en même temps que G. Akerlof et M. Spence).

5 | **Robert LUCAS** (1937-). Né dans l'État de Washington, Robert Lucas enseigne depuis 1965 à l'Université de Chicago. Principal représentant de la « nouvelle macroéconomie classique », le prix Nobel d'économie lui a été décerné en 1995 pour ses travaux sur les anticipations rationnelles et leurs conséquences quant à la stabilité des modèles économétriques (Lucas's critique) et aux limites des interventions publiques (impotence result).
Photo : © Université de Chicago

6 | **Kenneth Joseph ARROW** (1921-). Né à New-York, Kenneth J. Arrow s'oriente en 1941 vers l'économie à l'Université de Columbia. Il est connu pour sa démonstration de l'existence d'un équilibre général de concurrence, ses travaux sur le risque et son « théorème d'impossibilité » (agrégation 'impossible' des préférences individuelles en une fonction satisfaisante de choix collectif). Il a obtenu le prix Nobel d'économie en 1972, avec John Hicks.

7 | **Paul KRUGMAN** (1953-). Né à New-York, Paul Krugman est diplômé du Massachusetts Institute of Technology (MIT), université où il enseigne ainsi qu'à Yale, Stanford et Princeton. Ce nouveau keynésien, défenseur du libre-échange tempéré et spécialiste de l'économie internationale, s'appuie sur l'analyse de la concurrence imparfaite pour rectifier certaines des conclusions de l'analyse néoclassique.

8 | **Milton FRIEDMAN** (1912 – 2006). Né à Brooklyn, Milton Friedman a enseigné à l'Université de Chicago, de 1946 à 1977. Il a été le pape du retour au libre marché, de la déréglementation et de l'abandon de la politique budgétaire au profit de la politique monétaire. Chef de file d'une véritable contre-révolution keynésienne dès les années 50, il a vu ses idées triompher dans les années 70 et a reçu le prix Nobel en 1976.

9 | **Barry EICHENGREEN** (1952-). Né en Californie, Barry Eichengreen a fait des études d'économie et d'histoire à l'Université de Yale et enseigne aujourd'hui à l'Université de Berkeley. Il a notamment fait des propositions pour construire une architecture financière internationale et une architecture financière européenne.
Photo : © 2008 Robert Houser

Ouvertures Économiques

Organisation industrielle

Dynamique des marchés et
stratégies des firmes

Roxana **Bobulescu**
Faruk **Ülgen**

Préface de Bernard **Baudry**

Pour toute information sur notre fonds et les nouveautés dans votre domaine de spécialisation, consultez notre site web : **www.deboeck.com**

© De Boeck Supérieur s.a, 2012
Fond Jean Pâques, 4 – 1348 Louvain-la-Neuve

1^{re} édition
2^e tirage 2014

Tous droits réservés pour tous pays.

Il est interdit, sauf accord préalable et écrit de l'éditeur, de reproduire (notamment par photocopie) partiellement ou totalement le présent ouvrage, de le stocker dans une banque de données ou de le communiquer au public, sous quelque forme et de quelque manière que ce soit.

Imprimé en Belgique

Dépôt légal :
Bibliothèque nationale, Paris : août 2012
Bibliothèque royale de Belgique, Bruxelles : 2012/0074/111

ISSN 2034-5070
ISBN 978-2-8041-7089-9

PRÉFACE

L'ouvrage *Organisation industrielle : dynamique des marchés et stratégies des firmes*, écrit par Roxana Bobulescu et Faruk Ülgen, respectivement enseignants à l'École de management de Grenoble et à la faculté d'économie de l'université Pierre-Mendès-France de Grenoble, a comme ambition de proposer aux étudiants en sciences économiques un outil de travail destiné à parfaire leurs connaissances en la matière, complémentaire au cours proprement dit. On sait, en effet, que le point faible des étudiants se situe au niveau de l'apprentissage des bases théoriques des différents champs disciplinaires de la science économique. Cet ouvrage, à visée didactique mais qui, pour autant, ne sacrifie pas à la facilité, propose ainsi aux étudiants, plus précisément en licence 2 et 3, de consolider leurs bases théoriques dans une matière riche et dense, à savoir *l'organisation industrielle*. Cette discipline, relativement jeune puisque les premiers travaux, d'origine américaine, datent des années 1950, avec les écrits de Bain et de Mason, a ensuite très vite connu des développements spectaculaires, notamment à partir des années 1980 et de ce que l'on a appelé la « nouvelle économie industrielle », symbolisée par exemple par les travaux d'un auteur comme Jean Tirole. Ce développement est notamment lié aux travaux en matière d'économie de l'information et à l'irruption de la théorie des jeux. C'est justement un des grands mérites de cet ouvrage de présenter de manière exhaustive les différentes questions théoriques qui sont l'objet de l'organisation industrielle. En effet, il importe de bien préciser au lecteur les objectifs de cet ouvrage. Il ne s'agit pas d'un ouvrage d'organisation industrielle appliquée, mais bel et bien d'un ouvrage théorique, sur le mode du traité, composé de neuf chapitres qui couvrent donc l'essentiel de la matière : présentation de l'économie industrielle, structure des marchés, théorie des jeux et marchés, rationalité et organisation de la firme, stratégies des firmes, économie de l'innovation, stratégies des petites et moyennes entreprises, critères de performance, écologie industrielle. Comme on le constate, les auteurs ont eu le souci de présenter des thèmes classiques mais également plus originaux, comme les stratégies des petites et moyennes entreprises et l'écologie industrielle. Par ailleurs, les développements les plus récents en matière de théorie des jeux sont également analysés. Compte tenu de ce choix de présentation, les étudiants ne seront pas contraints par une lecture linéaire de l'ouvrage, ils auront la possibilité d'aller directement vers certains thèmes, en fonction de leurs intérêts et de l'enseignement suivi.

On notera enfin que les auteurs ont volontairement limité au minimum les présentations formalisées. Les développements mathématiques sont ainsi peu présents, et

on espère que les étudiants n'auront pas de difficulté à assimiler les connaissances proposées.

Au total, il est permis de penser que cet ouvrage offrira aux étudiants un support pédagogique accessible, qui leur permettra de compléter avec profit les enseignements d'économie industrielle qui leurs seront dispensés dans le cadre de leur cursus. En tout cas, c'est le souhait que l'on émet.

Bernard BAUDRY
Professeur de sciences économiques
Université Lumière Lyon 2

AVANT-PROPOS

Cet ouvrage est le résultat d'un ensemble de cours d'économie de la firme, d'économie de l'entreprise et d'économie industrielle, allant de la première année de licence à la première année de maîtrise en économie et gestion, que nous dispensons depuis plusieurs années à la Faculté d'économie de Grenoble, à Grenoble École de management et à l'École supérieure de commerce de Dijon-Bourgogne. Il s'appuie aussi sur des travaux que nous menons depuis plusieurs années dans le cadre de nos activités de recherche en théorie économique et en organisation industrielle.

Afin de rendre le contenu de l'ouvrage aussi accessible que possible à un public large, nous avons volontairement simplifié et synthétisé les différentes questions fondamentales étudiées en économie de la firme et en économie industrielle. Certains thèmes ont été présentés sous une forme introductive alors que d'autres ont été davantage approfondis. L'objectif qui a guidé la construction de l'ouvrage a été d'offrir un large panorama des problématiques actuelles qui traversent l'économie industrielle, sans sacrifier la rigueur minimale nécessaire à l'acquisition d'un savoir fondamental, qui doit fournir les éléments essentiels pour appréhender les tenants et les aboutissants de la discipline.

Cet ouvrage s'adresse plus particulièrement aux étudiants des trois années de licence en économie et en gestion et aux étudiants des écoles de commerce et d'ingénieurs qui abordent les questions économiques liées aux firmes et aux marchés. La plupart des modèles présentés peuvent servir de point de départ à des approches en gestion : finance, stratégies, marketing, ressources humaines.

La version finale a fait l'objet de multiples relectures de la part de nombreux collègues. S'il est difficile de les citer toutes et tous, nous tenons néanmoins à remercier plus particulièrement Virginie MONVOISIN, professeure à Grenoble école de management, Bernard BAUDRY, professeur à l'université Lumière-Lyon 2 et Guéliffo HOUNTONDJI, professeur à l'université Pierre-Mendès-France-Grenoble 2, pour leurs relectures minutieuses, leurs remarques et suggestions qui nous ont permis d'améliorer sensiblement le produit final. Bien sûr, notre reconnaissance va aussi tout naturellement à toutes nos étudiantes et étudiants qui, par leur présence et leurs interventions continues, nous ont donné l'envie et le courage d'accomplir cette tâche particulièrement délicate mais néanmoins passionnante.

Nous espérons que le lecteur trouvera dans cet ouvrage les informations qui lui permettront de s'immiscer dans les débats contemporains et les références qui pourront le guider dans leur approfondissement. Que la lecture en soit agréable et durable.

INTRODUCTION

L'ouvrage *Organisation industrielle : dynamique des marchés et stratégies des firmes* a pour but de présenter les idées fondamentales de l'économie industrielle et de les intégrer dans une perspective actuelle, dynamique et évolutive. Sa particularité est de combiner une approche classique de l'économie industrielle à une présentation des développements les plus récents, qui font place aux recherches menées sur les systèmes d'innovation, sur les réseaux d'entreprises et les clusters, ainsi que sur l'écologie industrielle en tant que stratégie répondant aux enjeux environnementaux actuels.

Les développements analytiques formalisés des différentes questions ont été synthétisés, afin de faciliter la lecture des modèles sous-jacents par un public non-averti. Tout au long de l'ouvrage, des exemples et cas pratiques récents sont proposés pour étayer les thèses présentées et aider à la compréhension des modèles théoriques. Des encadrés théoriques et appliqués permettent à ceux qui le souhaitent d'approfondir des thématiques précises. À la fin de chaque chapitre, des lectures supplémentaires d'approfondissement et des questions d'entraînement sur les principales notions et problématiques développées (avec indication, entre parenthèses, des sections auxquelles le lecteur peut se référer pour préparer ses réponses) sont proposées.

L'ouvrage est structuré en neuf chapitres qui étudient, dans une progression conceptuelle et analytique, les principales questions sur lesquelles porte l'économie industrielle moderne.

Dans cet objectif, nous considérons d'abord les principales notions et grilles de lecture de l'économie industrielle, en vue de préciser le cadre d'analyse général. Ainsi, le chapitre 1 présente l'économie industrielle comme branche particulière de la théorie économique, dont la problématique centrale est l'analyse de l'organisation des firmes et l'étude des marchés. Sont envisagées succinctement les limites des modèles néoclassiques de la microéconomie standard et différentes approches analytiques de la firme de l'économie industrielle classique, comme celles de Harvard et de Chicago, aux États Unis. Le chapitre 1 accorde une place privilégiée au paradigme SCP — Structure, Comportement, Performance —, approche essentielle du structuralisme de l'école de pensée de Harvard.

Le chapitre 2 prolonge et développe le premier élément du paradigme SCP, à savoir la structure des marchés. Cet exercice permet de déterminer le degré de concurrence, sur un marché donné, à un moment donné. Nous présentons les différentes structures de marché (concurrence, monopole, marchés contestables, concurrence

monopolistique, oligopole et cartel), étudiées en termes statiques en microéconomie. Nous visons ainsi à offrir aux lecteurs non initiés ou débutants la possibilité de prendre connaissance (ou de se rappeler) des fondements des modèles de base. Le passage de la concurrence pure et parfaite aux approches de la concurrence imparfaite conduit à la prise en compte des interdépendances entre les firmes sur un marché donné.

Afin de développer ces références en termes dynamiques, nous exposons, dans le chapitre 3, les éléments d'analyse en termes d'interdépendances stratégiques qui nous permettent d'établir une relecture des marchés de duopole sous forme de jeux de décision entre firmes rivales. Ce chapitre porte alors sur la théorie des jeux en tant qu'outil d'analyse des interdépendances stratégiques, en reprenant la structure des marchés oligopolistiques. Plusieurs simulations par des matrices de jeux visent à permettre aux lecteurs de comprendre le rôle des conjectures dans le raisonnement des joueurs. Ce type de rationalité est transposé aux situations de marché, notamment au cas d'un marché de duopole sur lequel les réactions des firmes aux stratégies du concurrent sont formalisées et peuvent déboucher sur des solutions d'équilibre, ou sur des situations d'indétermination d'une solution triviale.

La prise en compte des problèmes d'asymétrie de l'information et de coordination sur des marchés décentralisés permet d'élargir la perspective analytique de l'ouvrage en soulignant la rationalité de la structure des organisations économiques privées. Le thème de la rationalité, comme celui de la coordination décentralisée, font ainsi l'objet du chapitre 4. Si l'information est supposée complète et/ou parfaite dans le cas des jeux stratégiques, il n'en est pas de même pour les relations d'agence. L'asymétrie d'information et l'incertitude qu'elle peut engendrer pour les agents économiques constituent une difficulté majeure dans le processus de prise de décision. Face aux imperfections des marchés, les firmes érigent un rempart contractuel. Cette protection, associée aux droits de propriété, s'avère incomplète. En sus, la multiplication des contrats requiert une gestion spécifique de la part des firmes. Elle souligne l'importance de la qualité d'organisation de la firme, avec les relations hiérarchiques en interne et le réseau en externe. Ces formes de coordination spécifique remplacent souvent les relations anonymes et décentralisées de marché. Différentes formes de gouvernance sont alors envisagées tant du point de vue de leur efficacité économique que du point de vue de leur capacité respective à répondre aux difficultés d'établissement de contrats optima entre parties séparées et potentiellement concurrentes.

La complexité, mais aussi la multiplicité des différentes questions soulevées dans cette étude justifient, alors, la prise en compte des différents comportements des firmes sur les marchés. Ces comportements traduisent une préoccupation essentielle des acteurs économiques : concevoir et appliquer des stratégies, afin de faire face à une concurrence croissante ou d'élargir le domaine de contrôle et de pouvoir sur les marchés, par rapport aux concurrents présents ou potentiels. Le chapitre 5 présente ainsi les stratégies des firmes en mettant en avant le lien entre celles-ci et la spécificité de la firme, les circonstances et la structure de marché à un moment donné. Sont analysées les stratégies génériques en fonction des forces concurrentielles du marché, la création

de barrières à l'entrée, la domination des marchés par les coûts et les volumes, la différenciation, l'intégration et la diversification.

Dans une optique dynamique, cette lecture des marchés et des comportements des firmes débouche sur une présentation des stratégies d'innovation. La dynamique d'évolution des économies est bidirectionnelle. Les marchés évoluent et poussent les firmes à adopter des stratégies nouvelles dans une optique défensive ou offensive. En même temps, les firmes évoluent, changent de comportement, réagissent, anticipent et affectent les structures de marché. Une place importante revient à l'innovation comme moteur de la dynamique économique et des stratégies d'entreprise. Par conséquent, le chapitre 6 est consacré à l'économie de l'innovation. Les différentes formes et origines de l'innovation sont présentées, ainsi que les développements les plus récents sur l'innovation ouverte. Ce chapitre reprend les approches des systèmes d'innovation, au niveau national, régional ou local, et l'intervention des pouvoirs publics en faveur de la création des pôles de compétitivité dont l'objectif principal est la recherche et la création de réseaux d'excellence en termes d'innovation.

Alors que les modèles dynamiques sur les stratégies des firmes se focalisent souvent sur la capacité des grandes firmes et des marchés concentrés à réaliser les innovations déterminantes dans les économies, il paraît souhaitable de questionner la possibilité, pour les firmes de taille réduite, de participer à la dynamique d'évolution des marchés, de plus en plus ouverts et globalisés. Ceci paraît d'autant plus intéressant à étudier que, dans beaucoup de pays, en développement et développés (comme la France), le tissu économique est principalement composé d'entreprises de taille relativement réduite. Dans cette perspective, le chapitre 7 analyse les stratégies des petites et moyennes entreprises qui coopèrent sur une base locale, de proximité, pour former des clusters ou districts industriels. Ces entreprises cherchent des externalités positives à travers la proximité institutionnelle. La taille des firmes est une variable déterminante de leur stratégie, comme le montrent les différents cas pratiques. L'approche de la proximité permet d'expliquer les regroupements d'entreprises sur une base plus large que la base territoriale, liée aux économies d'agglomération en portant les petites et moyennes unités productives au devant de la scène dans l'évolution économique.

Il est vrai que, quelle que soit leur taille, les entreprises adoptent des stratégies afin d'obtenir des résultats positifs qui leur permettent de renforcer leur position sur les marchés, d'assurer leur croissance et leur pérennité dans le temps et d'accroître leur compétitivité-prix et hors prix face à un environnement en changement permanent. Par conséquent, la dynamique d'évolution économique est intimement liée à l'amélioration des performances des firmes. Le chapitre 8 présente donc les principaux critères de performance utilisés en économie industrielle que sont la compétitivité, les compétences, l'obtention d'une rente (différentielle, de monopole, etc.) au niveau des firmes et des secteurs d'activité. Toutefois, il apparaît que l'évolution des critères de performance en faveur de la valeur actionnariale de l'entreprise et de la situation financière des unités de production modifie l'orientation des stratégies des firmes et pose de nouvelles ques-

tions comme la prise en compte d'une valeur socialement responsable dans la détermination des objectifs des firmes dans l'économie.

Dans cet objectif, le chapitre 9 prend en compte une question d'actualité brûlante. Il est dédié à une approche originale de l'activité industrielle, comme faisant partie de la biosphère. L'entreprise apparaît comme l'élément critique de la mise en œuvre de l'écologie industrielle, au travers des nombreux impacts que la conception et l'application de ses diverses activités peuvent avoir sur l'environnement, tant du point de vue de la durabilité que de celui de l'efficacité économique de ses stratégies. Dans cette orientation, le domaine de l'écologie industrielle, né dans les années 1990, est présenté à partir de l'expérience de la symbiose industrielle de Kalundborg, au Danemark. Cette approche modifie radicalement la vision de l'industrie et considère les déchets de certaines firmes comme des ressources possibles pour d'autres firmes. La constitution d'éco-parcs industriels est présentée à l'aide de plusieurs cas pratiques.

ÉCONOMIE INDUSTRIELLE : FONDEMENTS ANALYTIQUES ET QUESTIONS RÉCURRENTES

SOMMAIRE

1.1	Repères conceptuels	14
1.2	Organisation et firme	17
1.3	Le concept de marché	19
1.4	Le marché pertinent : importance d'une définition précise	21
1.5	Économie industrielle : paradigme SCP	24
1.6	Économie industrielle : dynamisation du paradigme SCP	26

L'économie industrielle est une branche particulière de la théorie économique. Elle étudie les comportements des unités de production et distribution des biens et services, appelées les firmes, dans une économie de marché. Toutefois, derrière cette affirmation anodine se cache tout un ensemble de références qui constituent les fondements de la théorie économique.

Dans les modèles néoclassiques, principalement fondés sur l'hypothèse d'un marché de concurrence pure et parfaite comme référence pertinente pour l'analyse économique, l'entreprise ou la firme est une notion peu développée. Toute organisation économique s'apparente à une construction conceptuelle opaque, soumise à des axiomes particuliers qui confinent les comportements des agents économiques à des attitudes passives, alors que la rationalité des décisions économiques est supposée pousser les offreurs à maximiser leurs gains privés. C'est en réponse à cette approche réductrice et surtout statique que naît la discipline appelée économie industrielle. La recherche est, dès lors, orientée vers une définition précise de la firme en tant qu'organisation spécifique qui soit en mesure de montrer la raison et la façon d'être des unités de production des biens et services. Parallèlement, le concept de marché constitue un objet central de réflexion des approches économiques. Pourtant, la définition du marché pose de nombreux problèmes de conception et ne semble pas pouvoir trivialement se dégager des modèles économiques habituels. La discussion sur ces deux concepts centraux, la firme et le marché, permet alors de redonner à l'économie industrielle un intérêt à la fois analytique et pratique au-delà des modèles référentiels en économie.

1.1 REPÈRES CONCEPTUELS

La théorie économique, depuis son émergence en tant que discipline scientifique spécifique, notamment à partir des travaux pionniers des économistes classiques des XVIII^e et XIX^e siècles, comme Adam Smith, David Ricardo et Karl Marx (pour n'en citer que les plus connus), est pensée comme une réflexion générale sur les conditions de production, de distribution et d'utilisation des richesses quantifiables en valeurs économiques qui sont des inscriptions monétaires comptables¹. Les économistes néoclassiques, qui ont suivi le même type de réflexion par une voie méthodologique différente (par exemple, Jean Baptiste Say et Alfred Marshall), et les économistes marginalistes, qui ont donné à

1 Il convient de préciser que, sur le caractère monétaire de la quantification, il existe de nombreux débats lancinants et confus, puisque les auteurs classiques pensaient pouvoir identifier la valeur économique des choses à partir de la quantité de travail nécessaire à leur production et leur distribution. Pour les économistes néoclassiques et marginalistes, la valeur économique des biens et services devait être appréhendée en termes de leur utilité respective. Tous les travaux postérieurs ont suivi tantôt la première, tantôt la seconde approche pour développer des analyses plus précises sur le fonctionnement de l'économie. Toutefois, dans tous les cas, la question des termes de la quantification sociale de la valeur est soit longuement discutée mais abandonnée, soit ignorée bien que dans toutes les approches, la valeur soit obligatoirement libellée, même furtivement, en unités monétaires. Comme cette question, bien que fondamentale, ne fait pas partie du champ d'analyse de ce livre, nous ne l'étudierons pas davantage et nous ferons l'hypothèse que les valeurs économiques, c'est-à-dire les richesses, activités, consommations, etc. qui peuvent être exprimées en termes économiques sont des inscriptions monétaires dans des comptes privés ou publics.

la théorie économique son visage moderne dans sa version dominante en termes de l'équilibre général (comme Léon Walras et, plus tard, Kenneth Arrow, Gérard Debreu et Frank Hahn), ont insisté sur la dynamique des choix individuels et décentralisés dans l'établissement et l'évolution des relations économiques dans la société.

Cette évolution intellectuelle porte explicitement sur l'apparition et le développement d'une société nouvelle, dont la structure d'existence se fonde supposément et principalement sur les décisions et actions d'individus privés, séparés et économiquement indépendants². Les actions privées et intéressées deviennent le moteur de la dynamique sociale en mettant au premier plan les rapports économiques de production et de consommation entre individus « libres » dans la spécification de la société. Sont alors utilisés les vocables de « capitalistes », « entrepreneurs », « travailleurs », « salariés », « consommateurs », qui représentent des statuts particuliers dans l'ensemble économique.

Les salariés travaillent dans des unités qui produisent des biens et services destinés à être vendus sur des marchés. Ils interviennent dans cette activité pour obtenir les moyens économiques (salaires monétaires) qui leur permettront de consommer certains des biens et services dont ils contribuent à la création ou à la transformation. Les unités de production sont principalement des entités privées organisées dans l'objectif de réaliser des gains monétaires nets, appelés profits. Elles sont détenues par une partie des individus, les propriétaires des moyens de production et de distribution. Elles sont les lieux de production des objets matériels ou immatériels qui représenteront des richesses économiques lorsqu'ils acquerront une valeur économique (leur prix), en se vendant contre un paiement en monnaie. Les structures publiques (institutions, mécanismes, règles), dont l'existence ne vise pas ce type de relation, interviennent pour encadrer et rendre socialement réalisables et, si possible, viables les relations privées entre individus séparés.

Dans un tel environnement, c'est l'initiative privée (volonté de décision et d'action individuelle intéressée) qui est considérée comme la source de toute activité que l'on qualifie d'économique. Cette initiative, mode de création des richesses économiques spécifique à la société décentralisée, est liée à l'objectif de gain des unités de production. Dans une société décentralisée, ces dernières doivent cependant entrer en contact avec d'autres unités qui produisent différents biens et services afin de pouvoir réaliser financièrement (relations industries-banques-marchés financiers), techniquement (relations entre différents secteurs de biens de consommations intermédiaires) et sur le plan organisationnel (relations entre producteurs de biens et prestataires de services) leurs activités désirées, c'est-à-dire pour rendre possible une offre effective. Elles doivent aussi entrer en contact avec les consommateurs qui sont les acheteurs ultimes des biens et services produits, ce qui correspond à la demande effective. Ces contacts peuvent prendre plusieurs formes ; ils peuvent s'organiser d'une manière centralisée ou

² En effet, dans cette nouvelle société étudiée par la science économique, par rapport aux formes antérieures de société, les liens sociaux d'héritage familial, aristocratique, religieux, etc. ne sont plus les déterminants des relations interindividuelles.

personnelle ; ils peuvent évoluer au travers de relations décentralisées, plus anonymes, au gré des hasards et risques.

Il n'y a pas de forme « officielle », juridiquement contrainte, de réaliser les activités et les échanges subséquents, même si, bien entendu, toute relation est censée s'appuyer sur les bases juridiques des droits et obligations prévues par les règles de la société. La propriété privée, le droit des contrats, etc. font partie de ces règles, dont l'objectif est de permettre la réalisation des activités privées et décentralisées. Quelle qu'en soit la forme, les activités économiques sont décidées et effectuées au travers des constructions matérielles ou immatérielles qui déterminent les lieux (où), les dates (quand) et les façons (comment) spécifiant leurs modalités de réalisation. Ces constructions sont appelées les marchés.

L'analyse de l'organisation des firmes et l'étude des marchés sur lesquels elles interviennent constituent la problématique centrale de l'économie industrielle. De ce point de vue, on peut dire que l'économie industrielle est une présentation particulière de la théorie économique, dans la mesure où elle est un lieu de réflexion sur la façon dont l'économie de marché fonctionne, à partir d'une analyse précise de l'une de ses principales constituantes, la firme, tant dans ses diverses conceptions possibles (structure du marché, organisation des firmes) que dans ses pratiques observables (stratégies des différentes parties, conséquences sur l'économie). Toutefois, il n'existe pas de conception unifiée des concepts économiques fondamentaux, comme le marché, qui sont aussi les concepts fondateurs de l'économie industrielle.

Dans les modèles néoclassiques, l'entreprise, la firme, le producteur sont des notions qui ne sont pas spécifiquement développées, toute organisation économique s'apparente à une construction opaque non explicitement étudiée. Les hypothèses du marché de concurrence pure et parfaite sont supposées suffire pour penser le fonctionnement de l'économie, sur la seule base de l'agent représentatif maximisateur du profit sous la contrainte des données préalables et imposées (techniques de production données et prix d'équilibre établis par le marché). Cherchant à donner une consistance plus développée à la firme, des approches particulières apparaissent, notamment à partir de la fin des années 1930, fondant ce que l'on appelle aujourd'hui l'économie industrielle classique. Elles proposent une grille de lecture qui distingue la structure du marché, le comportement de la firme et les performances obtenues sur le marché.

Différents courants contribuent au développement de cette lecture analytique. Ils sont principalement situés aux universités de Chicago et de Harvard, aux États-Unis. Mais ces courants proposent des analyses dans un cadre qui laisse peu de place à une conception active de la firme dans ses décisions et actions sur le marché. En réaction à cette attitude, mais toujours sur la base du schéma conducteur structure-comportement-performance de l'économie industrielle classique, une nouvelle économie industrielle, appelée aussi théorie de l'organisation industrielle, voit le jour. Bien qu'il n'existe pas de modèle unifié dynamique, les différentes écoles fondent leur ligne d'attaque sur des conceptions semblables, qui consistent à penser la firme comme une entité complexe

active et évolutive. Elles formulent alors les analyses autour des notions économiques référentielles comme la rationalité, l'efficacité, les imperfections des mécanismes de coordination par le marché, la concurrence imparfaite, les coûts de transaction, l'opposition entre le marché anonyme et l'organisation interne des activités d'une façon hiérarchisée et non anonyme, etc. Les conclusions auxquelles elles aboutissent permettent aussi de questionner la portée des interventions publiques dans l'organisation des firmes et des marchés (politiques industrielles, par exemple) autrement que par le principe d'une autorégulation des marchés décentralisés.

Avant d'étudier les différents éléments d'analyse indispensables pour comprendre les décisions et les comportements des firmes et appréhender les différentes structures de marché, ce chapitre vise à clarifier les notions fondamentales d'organisation, de firme et de marché et à présenter la grille de lecture référentielle de l'économie industrielle.

1.2 ORGANISATION ET FIRME

Le terme « organisation » signifie la manière dont les organes (les parties composantes) d'un ensemble quelconque (un corps) sont constitués et réglés en vue d'un usage déterminé. Il s'agit donc bien d'une structure, dont la disposition des composantes est pensée selon un objectif commun à l'ensemble. En économie, l'étude des organisations porte sur les entités structurées en vue de produire, distribuer ou consommer des biens et services. Dans les économies dites de marché, les décisions et actions de production, de distribution et de consommation des biens et services sont principalement le fait des unités économiques (individus ou groupes d'individus) privées et séparées, qui sont considérées comme la principale force motrice du fonctionnement de la société économique. Ces décisions et actions, qui forment les différentes activités que les agents économiques mettent en place, sont supposées suivre un but ultime qui est de réaliser des gains positifs pour les différentes parties impliquées dans les relations ainsi créées dans la société.

Les activités sont réalisées dans le cadre d'organisations appelées « entreprises ». Il est clair que ces notions ont un sens très large et ne se limitent pas au seul domaine économique. *Entreprendre* signifie se décider à faire une chose et s'engager dans son exécution. Quant à la définition du mot *entreprise*, elle a un sens vague et peut être considérée aussi bien dans le domaine économique qu'extra économique. Dans ce livre, ce qui nous préoccupe est, bien entendu, le sens et les caractéristiques des entreprises économiques privées. Nous considérons seulement les entités économiques privées, dont les activités visent une valorisation marchande. Une *entreprise économique* est couramment définie comme une unité économique de production et de vente de biens et de services. On peut aussi utiliser la notion de firme, définie comme une entreprise commerciale ou industrielle, désignée sous un nom, une raison sociale, un sigle. Plus généralement, une entreprise est définie comme un ensemble, composé d'*individus privés différents* (qui peuvent avoir des intérêts et objectifs divergents), reliés entre eux par des relations et mécanismes qui déterminent les droits et devoirs de chacun, dans un

cadre plus ou moins *hiérarchisé* et *contrôlé* par des procédures et processus différents, en vue d'effectuer une ou plusieurs activités économiques, en utilisant des moyens techniques spécifiques. Il s'agit d'un *lieu économique* où s'organisent des rapports et relations humains et techniques hiérarchisés, qui sont sujets aussi bien à des *coopérations* qu'à des *conflits* dans un contexte d'*incertitude*³, plus ou moins forte selon le domaine d'activités considéré et selon l'environnement dans lequel ces activités sont entreprises.

Du point de vue économique, à la fois dans sa façon de s'organiser et dans ses stratégies, une entreprise est évaluée selon le critère d'*efficacité économique*. Ce critère mesure le degré de réussite (la *performance*) de l'entreprise et peut aller de la simple maximisation du profit (dans la théorie microéconomique standard) jusqu'à l'obtention d'une satisfaction générale et cohérente de l'ensemble de ses composantes, étant données les contraintes internes et externes qui délimitent son potentiel d'existence. Nous ne nous intéresserons pas ici aux aspects juridiques des entreprises. En revanche, notre analyse portera aussi bien sur les relations de hiérarchie et de pouvoir qui apparaissent dans les entreprises que sur les questions de conflits, d'*asymétrie* et de concurrence qui déterminent les spécificités organisationnelles desdits ensembles⁴.

Bien qu'il ne soit pas facile de les distinguer, ni en théorie ni dans les faits, en économie, deux niveaux structurels particuliers forment l'entreprise et contribuent grandement à la détermination de ses décisions et actions effectives et à la formation et l'obtention de ses résultats. Le premier niveau porte sur la constitution et les relations internes de l'entreprise. Le deuxième niveau concerne ses relations externes avec les autres entreprises et consommateurs et les stratégies qu'elle applique sur les marchés.

Le premier niveau est étudié en adoptant une approche individuelle de l'entreprise dans sa structure interne, dans sa façon spécifique de s'organiser, de disposer de ses composantes, de les ordonner en vue d'une fin commune. Il faut donc considérer ici les structures hiérarchiques qui déterminent comment les activités sont *coordonnées* et *coopérées* à l'intérieur de l'entité économique.

La coordination est la détermination d'un objectif commun suivant un rapport entre les parties (entre les propriétaires de l'entreprise, la direction et les autres niveaux de décision et d'exécution). La communauté de l'objectif ne signifie pas que les objectifs propres à chaque partie doivent être obligatoirement effacés devant une fin commune. Cette fin commune est *supra*-individuelle mais l'entreprise doit aussi tendre vers la satisfaction des attentes des parties constituantes (puisqu'en économie de marché, les

3 L'incertitude signifie que, du fait du caractère décentralisé des décisions et actions privées et séparées, les différentes parties ne sont pas en mesure de connaître avec précision et sans erreur l'évolution future de l'économie, ni la situation dans laquelle elles se trouveront exactement suite à cette évolution. Les unités de décision peuvent établir des plans d'action en considérant les différentes éventualités qu'elles connaissent dans leur propre système d'information, selon des schémas probabilistes particuliers et calculer les risques qui y seraient liés. Mais un tel calcul reste subjectif et sa validation ne peut être vérifiée qu'*a posteriori*. Voir les chapitres 3 et 4 pour plus de développements.

4 Pour un aperçu des différents aspects théoriques et empiriques qui interviennent dans la définition de la firme, le lecteur peut consulter les contributions présentées dans Baudry et Dubrion (2009).

relations économiques entre les individus sont supposées établies sur des accords ou des contrats volontaires et individuellement intéressés). Dans ce cas, il s'agit de considérer les relations de paiement à l'intérieur de l'entreprise, comme les salaires, les primes d'incitation, etc., sous la contrainte que les participants doivent se conformer à un dénominateur commun, qui est la pérennité profitable de leur entreprise.

Quant à la coopération, elle signifie que les décisions prises d'une façon coordonnée sont appliquées conjointement dans l'exécution subséquente des tâches assignées aux différentes composantes. Divers instruments et politiques internes de contrôle, de vérification et de révision interviennent alors dans cet objectif. On peut remarquer dorénavant que, lorsque l'on veut étudier l'entreprise, les possibilités et modalités d'organisation interne entre les membres apparaissent comme un premier lieu d'interrogation.

Le deuxième niveau d'étude vise les comportements des entreprises sur les marchés. Ces comportements peuvent aussi bien concerner les relations de rapprochement et/ou d'entente avec les autres entreprises, considérées comme des concurrentes ou rivales, que les stratégies unilatérales qu'adopteraient les entreprises afin d'éliminer leurs rivales présentes ou potentielles ou de réduire la concurrence sur un marché donné. Il peut donc s'agir de comportements aussi bien de coopération que de conflits entre les entreprises.

Cependant, comme on l'a signalé dans l'introduction de ce chapitre, dans une économie décentralisée, les entreprises entrent en relation les unes avec les autres mais aussi avec les consommateurs finals au travers de modalités qui constituent les marchés. Comme une telle économie est communément appelée une économie de marché, la définition de cette notion revêt une importance capitale dans l'analyse économique.

1.3 LE CONCEPT DE MARCHÉ

Le marché est un concept central en économie. Dans son utilisation actuelle, il est lié à un concept particulier d'économie et de société, que l'on a coutume d'appeler « économie de marché », « économie entrepreneuriale », « économie capitaliste » ou encore « économie libérale », sans distinction véritable. Toutefois, le concept de marché peut avoir plusieurs significations.

Il peut signaler un ensemble de conventions qui déterminent les conditions et modalités de fourniture des biens et services. Il peut correspondre à un lieu général où sont effectuées les ventes de produits divers. Dans la théorie économique, le marché est pensé comme l'ensemble des offres et des demandes concernant un type défini de biens ou de services. Mais, étant données les limites relativement restrictives de la conception théorique du marché dans le modèle de concurrence pure et parfaite qui constitue la principale référence des réflexions dans ce domaine (voir le chapitre 2), il apparaît nécessaire de préciser ce que l'on pourrait (devrait) entendre par « marché » lorsque l'on veut étudier le fonctionnement d'une économie de marché.

Dans cet objectif, le premier pas vers une définition cohérente concerne l'organisation du marché. Ensuite, il conviendrait de préciser le lien entre le marché-organisation et les produits sur lesquels les interventions des parties diverses vont porter.

En ce qui concerne l'organisation, comme le marché semble caractériser une société particulière, dans la mesure où son contenu serait déterminant des conditions d'existence de cette même société particulière, il paraît souhaitable de le penser non pas comme une construction qui apparaîtrait spontanément à travers les seuls désirs de vendre et/ou d'acheter des individus séparés, mais plutôt comme une construction sociale. On peut alors le définir comme une organisation créée et gérée par des agents publics et privés, qui fournissent les différents éléments (détermination du lieu, des périodes et conditions d'ouverture et de fermeture, moyens de communication, modalités des achats et des ventes, etc.) permettant la mise en rapport des différentes parties offreuses et demandeuses. Bien sûr, sous certaines conditions, l'organisation d'un marché peut relever d'un accord entre seulement deux parties qui s'accordent, à travers un contrat, sur les conditions de négociation, d'exécution et de livraison finale de l'objet concerné. Toutefois, sur le plan général, il convient de considérer le concept de marché dans un sens large, qui correspondrait à la possibilité pour les agents économiques de nouer des relations économiques avec un nombre plus ou moins important d'interlocuteurs (offreurs/demandeurs), sur un nombre plus ou moins élevé de produits alternatifs et sur un horizon suffisamment variable, en vue de laisser un choix flexible d'activités économiques aux participants à l'économie⁵.

On pourrait alors évaluer le degré de développement d'un marché donné (marché des biens, marché des services, marché financier, etc.) à travers trois critères :

- la largeur du marché : le nombre d'intervenants et le volume de transactions aussi élevés que possibles ;
- la profondeur du marché : la variété (gamme, différences, produits alternatifs, etc.) ;
- la faisabilité : les infrastructures juridiques, techniques, logistiques qui autoriseraient les agents à entreprendre des activités et à entrer en négociation, sans grande contrainte de moyens organisationnels. Bien entendu, ici, il ne s'agit pas de considérer qu'un marché doit permettre à tous les intervenants de réaliser leurs projets indépendants, ce qui relève des capacités différentes respectives des parties privées, mais d'avoir accès à des moyens minima nécessaires pour pouvoir envisager la réalisation de différents projets de production et/ou d'achat, dans un horizon donné. On peut alors parler d'un marché type comme un ensemble de services. Le marché est alors une organisation volontaire et consciente de la part des intervenants, son existence est liée à des règles minima communes à toutes les parties.

5 Il faudrait rappeler ici que nous cherchons une définition qui soit en cohérence avec le principe de liberté de décision et d'action de parties séparées et intéressées dans une économie décentralisée.

En ce qui concerne le lien entre le marché et les produits qui y sont échangés, il est possible d'identifier le marché par un produit spécifique différencié des autres. On parlera alors du marché d'un type précis de produit (le marché des haricots d'une certaine spécification très limitée, par exemple). Il est évident que chaque produit, considéré sous ses aspects individuels particuliers, est un produit irremplaçable par d'autres produits. Mais, dans ce cas, pour chaque produit individuel, on serait obligé de raisonner sur un marché excessivement étroit, ce qui nous ferait évacuer arbitrairement dans l'analyse la possibilité de substitution entre produits semblables. Or, comme on va le voir plus loin, le degré de substituabilité entre différents produits est un argument d'importance capitale, tant dans l'analyse des marchés que dans la mise en place des stratégies des firmes.

En contrepartie, lorsque le marché est défini par un ensemble de biens plus ou moins semblables et donc substituables, on a une conception trop large, puisque tout bien peut être le substitut des autres à des degrés divers (du thé contre du café, un film policier contre un concert de musique classique, un repas entre amis contre une heure de jeu en ligne, etc.). Dans ce cas, il devient difficile d'établir des contours adéquats pour procéder à une analyse pertinente d'un marché et d'un produit. Pour sortir de cette difficulté, on peut admettre que « la « bonne » définition d'un marché dépend de l'usage qui en sera fait » (Tirole, 1993, p. 25), même si un tel choix analytique constitue plus un moyen d'évacuer le problème central de définition d'un marché qu'une voie robuste pour identifier l'objet de l'étude.

En général, les travaux en économie industrielle se situent par rapport à ces difficultés de définition précise. Ils développent des hypothèses particulières sur le premier point (organisation du marché) et/ou sur le deuxième point (un marché correspondant à un type de produit), afin de déterminer les modalités de fonctionnement des marchés, selon le type d'organisation envisagé (marché ouvert, concurrentiel ou marché bloqué ou fermé, moins concurrentiel), et selon le degré de substituabilité entre produits différents. On envisage alors des situations de monopole, d'oligopole ou d'autres formes de concurrence imparfaite, liées à la spécification des produits qui présentent des caractéristiques plus ou moins remplaçables (concurrentielles ou monopolistiques). Ce problème général de définition du marché est habituellement étudié sous la rubrique de *marché pertinent*.

1.4 LE MARCHÉ PERTINENT : IMPORTANCE D'UNE DÉFINITION PRÉCISE

La définition du marché porte sur un découpage précis des activités économiques en lien avec différents produits. Un tel découpage correspond à l'identification de *marchés pertinents* (*relevant markets*)⁶. En économie, on peut identifier trois niveaux spécifiques d'analyse qui sont directement concernés par la définition d'un marché pertinent.

6 Voir Michel Glais, 2003.

Premièrement, du point de vue conceptuel, la définition du marché est d'une importance centrale pour la théorie dont l'objectif est d'analyser le fonctionnement d'une économie de marché. Comment les marchés se construisent-ils, quels produits y sont échangés, quelle est la structure de la concurrence, quels sont les comportements des firmes présentes sur ces marchés, quels en sont les résultats en termes de performances des firmes, mais aussi de l'économie dans son ensemble, etc., constituent autant de questions sur lesquelles l'économie industrielle et l'analyste des marchés/produits s'interrogent. Même si une définition communément acceptée ne semble pas se dégager des études dans ce domaine, il paraît difficile de présenter une approche pertinente sans définir précisément le marché.

Deuxièmement, il est évident que la définition du marché est une véritable préoccupation pour les firmes, qui doivent connaître leurs marchés avant d'élaborer leurs différentes stratégies. Comment entrer sur un marché où il existe déjà des firmes dominantes (marché concurrentiel ou protégé), comment quitter un marché et redéployer les disponibilités présentes sur un autre marché (caractéristiques techniques, organisationnelles des marchés considérés), quand doit-on modifier les stratégies (évolution des marchés), etc. sont autant de questions dont les réponses sont intimement liées à la définition des marchés. Selon le degré de substitution envisageable entre différents produits, la taille et les contours du marché seront considérés différemment et affecteront les stratégies que les firmes pourraient mettre en œuvre. L'existence de produits substituables et de concurrents éventuels, les données techniques, les conditions financières spécifiques, l'évolution de la conjoncture sur différents marchés, etc. détermineront les possibilités d'action des firmes et affecteront les performances finales. Envisager une stratégie de marché nécessite que les firmes connaissent le marché sur lequel elles interviennent, même si, étant donnée la complexité de la définition du marché, les décisions des firmes sont intrinsèquement sujettes à des erreurs de perception et de conception.

En troisième lieu, lorsque l'on suppose que le marché est une construction volontaire et consciente de la part des acteurs aussi bien privés que publics, sa définition adéquate devient aussi un enjeu central pour les autorités de la concurrence qui cherchent à intervenir dans l'économie en vue d'assurer une allocation optimale des ressources productives et la promotion des innovations et du progrès économique. De surcroît, on suppose souvent que la concurrence représente la structure de marché la plus efficace. En effet, dans de nombreuses approches, on affirme que la concurrence permettrait aux consommateurs d'obtenir la plus grande satisfaction dans leurs possibilités de consommation et qu'elle obligerait les producteurs à produire, dans les conditions efficaces, une quantité maximale à un prix minimal (sur ce point, voir le modèle de concurrence pure et parfaite au chapitre 2). Dès lors, les autorités cherchent à assurer sur divers marchés une situation concurrentielle la plus proche possible de la concurrence pure et parfaite. C'est principalement pour cette raison qu'il existe, dans la plupart des économies, des autorités (conseils, commissions) de la concurrence, qui ont le pouvoir légal d'autoriser ou d'interdire les différents projets de fusion, d'acquisition ou d'entente entre les firmes. Par conséquent, les interventions publiques ont besoin de

s'orienter à partir d'une définition précise de ce qu'est un marché pertinent en vue d'évaluer le degré de concurrence sur le marché et les conditions sous lesquelles les activités des firmes peuvent se révéler socialement optimales.

D'une façon générale, le marché doit être défini à travers trois dimensions : espace (où) — temps (quand) — mode/façon (comment). C'est donc le triptyque « lieu/moment/façon » qui correspond à une identification géographique (espace), temporelle (historiquement déterminée), physique (les spécificités des produits offerts), psychologique et culturelle (la façon dont le produit est présenté et ce qu'il contient affectent les décisions des consommateurs qui présentent des caractéristiques particulières). Le marché comprend toutes les caractéristiques des producteurs et des consommateurs puisqu'il est déterminé à partir des caractéristiques des biens qui y sont offerts. Les agents doivent obtenir des informations sur ces caractéristiques. Le développement de cette question, qui lie l'identification du marché aux caractéristiques des produits, sera proposé au chapitre 5, dans l'étude de la stratégie de différenciation.

ENCADRÉ 1.1

Le marché pertinent et la substituabilité entre les produits

Selon la définition du Conseil de la concurrence dans ses nombreux rapports, le marché pertinent est identifié comme suit : « Le marché, au sens où l'entend le droit de la concurrence, est défini comme le lieu sur lequel se rencontrent l'offre et la demande pour un produit ou un service spécifique. »

En théorie, sur un marché, les unités offertes sont parfaitement substituables pour les consommateurs, qui peuvent ainsi arbitrer entre les offreurs lorsqu'il y en a plusieurs, ce qui implique que chaque offreur est soumis à la concurrence par les prix des autres. À l'inverse, un offreur sur un marché n'est pas directement contraint par les stratégies de prix des offreurs sur des marchés différents, parce que ces derniers commercialisent des produits ou des services qui ne répondent pas à la même demande et qui ne constituent donc pas, pour les consommateurs, des produits substituables.

Une substituabilité parfaite entre produits ou services s'observe rarement. Le Conseil regarde comme substituables et comme se trouvant sur un même marché les produits ou services dont on peut raisonnablement penser que les demandeurs les considèrent comme des moyens alternatifs, entre lesquels ils peuvent arbitrer pour satisfaire une même demande.

Une définition similaire est également retenue par la Commission européenne dans la communication relative à la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence (JOCE C 372 du 09/12/97), et à travers les différents règlements du Conseil :

« Un marché de produits en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auxquels ils sont destinés. Le marché géographique en cause comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des biens et services en cause, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines parce que, en particulier, les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable. »

L'angle d'approche utilisé par les autorités américaines de la concurrence est légèrement différent, puisqu'elles mettent en avant le pouvoir de marché qu'une entreprise peut exercer sur un marché pertinent. Mais cela n'a pas d'incidence sur le périmètre d'un marché ainsi défini puisque l'étendue du pouvoir de marché d'une entreprise dépend de la substituabilité entre les produits ou services qu'elle vend et d'autres produits ou services. Les *Mergers Guidelines* publiées par le département de la Justice, donnent la définition suivante :

« Un produit ou groupe de produits et une zone géographique dans laquelle il est vendu, tels qu'une entreprise cherchant à maximiser son profit, dont les prix ne sont pas régulés, qui serait le seul vendeur présent et futur de ce produit dans cette zone, imposerait une hausse des prix faible, mais significative et non- transitoire. »

Source : République française, Autorité de la concurrence, Rapport annuel 2001 (deuxième partie ÉTUDES THÉMATIQUES), mars 2009 : (http://www.autoritedelaconcurrence.fr/html/article_58.htm)

1.5 ÉCONOMIE INDUSTRIELLE : PARADIGME SCP

La théorie microéconomique standard appréhende les comportements des firmes principalement au travers des modèles de maximisation d'un agent représentatif sur un marché de concurrence parfaite. Soulignant la portée limitée de ce choix analytique, l'économie industrielle se présente comme une approche (sur le plan théorique et méthodologique) qui cherche à identifier les différentes structures de marché observées et à étudier leur effet sur les comportements des firmes. De ce point de vue, l'économie industrielle, appelée aussi théorie de l'organisation, procède régulièrement à des études sectorielles en vue de déterminer les caractéristiques des marchés divers et le positionnement des firmes sur ces marchés.

Les premiers travaux de E. Mason (1939, 1957) à l'université de Harvard aux États-Unis consistèrent à étudier, à partir d'observations empiriques, de nombreux secteurs constitutifs de l'économie et à en déterminer les liens avec les stratégies suivies par les firmes. Avec les travaux de J. S. Bain (1956, 1959), l'économie industrielle revêtit une forme analytique spécifique, à travers une grille de lecture qui caractérise le marché à l'aide du schéma SCP :

Structure — Comportements — Performances

Ce schéma définit ce que l'on a ensuite appelé l'économie industrielle traditionnelle ou l'économie industrielle classique de l'école de Harvard, avec une causalité allant d'une structure donnée de marché aux comportements des agents, comportements qui devraient déboucher sur des résultats en termes de performances.

En étudiant le degré de concentration, la nature de la différenciation et le pouvoir de marché des firmes dans un secteur donné, le schéma SCP considère les modalités d'influence de la structure d'un marché sur les stratégies des firmes et sur les

résultats qui en découlent. L'enchaînement analytique de la grille de lecture SCP est habituellement présenté comme suit ⁷ :

- Pour des **conditions initiales de base données**, portant sur les matières premières disponibles, le niveau technologique, les règles de la profession, les conditions et la réglementation du travail et de la concurrence, la sensibilité de la demande au prix, le taux de croissance, les conditions de commercialisation, les spécificités cycliques ou saisonnières du secteur ;
- La **structure du marché** est définie (**donnée pour les entreprises considérées**) par le nombre de concurrents existants, la distribution des parts d'activité, les conditions d'entrée et de sortie sur le marché, la standardisation du produit, les liens entre biens substituables, les interdépendances entre activités en amont et en aval, l'état de l'information, le degré de risque ;
- Les **comportements** portent, selon la structure du marché prédéterminée, sur les stratégies de prix, les stratégies hors prix, le niveau de coopération entre concurrents, les stratégies de différenciation, de diversification, d'intégration ;
- Les **performances** sont données par les résultats des activités et stratégies des firmes. La profitabilité, les conditions de financement des activités, la capacité de recherche et développement (R&D) et d'innovation des firmes, les situations de monopole et de positions dominantes en sont les principaux indicateurs.

Face à cette approche, qui suppose que la méthode d'analyse appropriée des marchés doit prendre la structure du marché comme une donnée observée *a priori* et analyser ensuite les comportements subséquents des firmes, l'école de Chicago (Stigler, 1965, Demsetz, 1998) a opposé la critique selon laquelle la structure du marché devrait être pensée comme le résultat des performances des firmes, les meilleures firmes éliminant les moins bonnes et obtenant ainsi une position dominante temporaire. Cette position, sous la pression concurrentielle, devrait céder la place à une structure concurrentielle. On a ainsi la causalité suivante :

performances (dues aux comportements concurrentiels) →
structure (concurrentielle à long terme).

Dans cette vision alternative, c'est l'hypothèse de l'efficacité du fonctionnement des marchés libres qui est mise en avant. Apparaissent alors des différences de conception quant au fonctionnement des marchés et aux résultats attendus des mécanismes supposés orienter leur évolution. L'approche libérale de Chicago considère alors que la concurrence (supposée régner sur l'économie en dehors de toute intervention publique) est le mécanisme dominant qui peut être observé comme le déterminant de la dynamique des comportements des firmes.

⁷ Voir, par exemple, F. M. Scherer, 1989.

Toutefois, on remarquera en dernière instance que dans les deux visions, la structure du marché (qu'il s'agisse d'une structure donnée initialement, comme dans l'approche SCP, ou d'une hypothèse particulière sur la dynamique concurrentielle, comme dans l'approche libérale de Chicago) est une donnée préétablie et les liens qu'elle pourrait avoir avec les stratégies des firmes sont relégués au second plan. Ces approches supposent que les comportements et les performances sont structurellement déterminés et que les changements sont généralement des phénomènes d'origine externe aux marchés et aux agents.

Il s'agit bien d'un raisonnement statique, dans lequel les agents sont supposés poursuivre le même objectif donné (par exemple, en microéconomie standard avec un agent représentatif) étant donnés une structure ou un mécanisme concurrentiel préalablement déterminés. Dans ce cas, la concurrence est considérée comme une donnée à laquelle les acteurs obéissent plus ou moins bien, ce qui déterminerait le résultat auquel ils pourraient aboutir.

On retrouve la même orientation statique dans les modèles de marchés contestables des années 1980 (Baumol, Panzar, Willig, 1982, voir chapitre 2), qui considèrent alors une causalité dépendant de la concurrence comme dans le cas du schéma de Chicago mais définie comme une concurrence potentielle : structure *potentielle* → comportement → performance, les entrants potentiels étant supposés contraindre les comportements des firmes déjà présentes dans le secteur vers une attitude concurrentielle.

Dans cette lignée, ces travaux ont fourni des analyses structurelles sur les différentes industries, décrivant, par des mesures quantitatives, le degré de concentration et le niveau de profit. Ainsi cherche-t-on à établir des liens de causalité entre le degré de concurrence (la structure) et la profitabilité de telle ou telle industrie (la performance), sans pouvoir en dégager pour autant un schéma général explicatif.

1.6 ÉCONOMIE INDUSTRIELLE : DYNAMISATION DU PARADIGME SCP

À partir des années 1970, la révision des approches traditionnelles s'effectue par un renouvellement méthodologique mettant l'accent non plus sur la question d'adaptation efficace des comportements aux conditions technologiques (structurelles) externes données, mais davantage sur les relations de pouvoir et de domination stratégique volontaires de la part des acteurs économiques (Jacquemin, 1985).

La *nouvelle économie industrielle* et les travaux de l'*organisation industrielle* utilisent alors des modèles de concurrence imparfaite, de théorie des jeux, de théorie de l'information pour proposer une nouvelle microéconomie (Cahuc, 1993). Qu'il s'agisse des modèles d'oligopole à la Stackelberg, d'équilibre de Cournot-Nash ou de concurrence monopolistique, l'usage des modèles de jeux coopératifs et non-coopératifs permet, dès lors, une analyse plus riche des *interdépendances sur les marchés*, mais aussi

la prise en compte explicite des stratégies conscientes et actives des firmes, qui ne sont plus considérées comme des acteurs subissant une structure de marché donnée.

Plusieurs références constituent les fondements de ce renouveau. La plus immédiate est la référence à J. Schumpeter, qui consiste à percevoir le comportement des nouvelles organisations qui introduisent de nouveaux procédés ou produits. Il s'agit bien de la question de l'innovation dans les stratégies des agents et donc de la dynamique économique dont l'initiative première revient aux acteurs eux-mêmes et non seulement aux structures de marché préalablement données.

Une autre référence plus générale et plus formelle est l'utilisation de la théorie des jeux, qui cherche à appréhender les interdépendances entre agents. Ces derniers sont supposés prendre leurs décisions en tenant compte des conséquences de leurs actions sur l'évolution des marchés mais aussi sur les décisions des concurrents. Les agents considèrent par ailleurs que leurs concurrents prennent aussi en compte leurs actions dans leurs anticipations lorsqu'ils prennent leurs décisions. Là, la référence précise est Von Neumann et Morgenstern (1953).

Avec les travaux sur l'asymétrie de l'information, l'analyse des interdépendances s'enrichit de l'hypothèse selon laquelle, les agents économiques ont des informations privées et différentes les uns des autres et ne connaissent pas parfaitement toutes les spécificités de leurs partenaires ou de leurs concurrents, leurs préférences, disponibilités, actions, etc. Interviennent alors les situations d'information incomplète et/ou imparfaite, qui nous empêchent de considérer les individus comme les éléments homogènes d'un ensemble donné.

Ainsi, en alternative à la vision néoclassique qui considère les agents économiques comme des transformateurs passifs techniques selon les conditions concurrentielles efficaces/optimales imposées à tous sur les marchés, la vision nourrie par la nouvelle économie industrielle prend les agents comme des acteurs actifs. Par conséquent, les firmes, au lieu de subir un ensemble de conditions préétablies, cherchent à modifier celles-ci à leur avantage. Elles prennent l'initiative de combinaisons nouvelles, manipulent l'environnement et acquièrent ainsi un pouvoir de marché les rendant capables de déterminer, dans certaines limites, les conditions du marché et, donc, sa structure.

Par conséquent, la structure du marché, aussi bien dans ses spécifications techniques qu'organisationnelles, est autant le résultat des stratégies délibérées des individus que des conditions initiales et des règles du jeu observables à un moment donné. La formation et l'évolution des marchés ne sont alors pas de simples données qui suivraient un processus de sélection naturelle, soumis aux exigences du milieu ; mais surtout un processus dynamique de changement, principalement initié par les acteurs.

Dans cette perspective, il est possible de reprendre le schéma SCP dans un sens dynamique, résumant les différentes interdépendances entre acteurs, milieux et résultats, variables qui constituent l'objet de l'analyse des chapitres suivants.

ENCADRÉ 1.2

SCP et schéma d'interdépendances

Conditions (d'offre, de demande, institutionnelles et réglementaires) initiales de base données :		
Caractéristiques de l'offre, état de la technologie ; matières premières disponibles, règles législatives sur les activités, règles et conventions sur les négociations entre firmes, entre firmes et employés, entre firmes et administrations, caractéristiques de la demande, sensibilité de la demande au prix, aux variables hors prix, caractéristiques culturelles, historiques, politiques de la société, état de la conjoncture (nationale, régionale, internationale), etc.		
STRUCTURE (degrés/conditions de la concurrence sur un marché, à un moment donné)	COMPOTEMENTS (stratégies des firmes)	PERFORMANCES (résultats des activités/stratégies)
• Nombre de concurrents/clients • Relations de coopération/coordination entre firmes • Degré/nature des interdépendances entre acteurs • Structure de l'information, des coûts • Conditions d'entrée/sortie (barrières, etc.)	• Stratégies de prix • Recherche et développement • Publicité • Stratégies de différenciation, diversification, intégration • Comportement de leader, de suiveur • Prise de position défensive/offensive • Position relative à la réglementation	• Profitabilité • Productivité • Diminution des coûts • Niveau de R&D • Produits, processus innovants • Position dominante • Stabilité ou croissance des parts de marché • Croissance de la demande

ENCADRÉ 1.3

Le rôle de l'identification du marché dans les performances des entreprises

Malgré la crise économique qui a réduit considérablement la demande mondiale depuis 2008 et qui oblige de nombreuses entreprises à revoir à la baisse leurs perspectives de croissance et d'expansion, certaines entreprises connaissent une forte progression de leur résultat et de leur chiffre d'affaires. Une des explications possibles de ce phénomène, en apparence contradictoire, est liée à une stratégie « réussie » d'identification du marché.

La deuxième plus grande chaîne de restauration au monde en nombre de magasins (derrière l'entreprise *Subway*) *McDonald's* se classe comme la plus grande entreprise mondiale en termes de revenus grâce à son plan de marché.

Selon l'analyse du journal *Les Échos* (du 25 janvier 2012, page 24), les difficultés économiques que les consommateurs connaissent dans la crise actuelle les poussent de plus en plus vers les restaurants de la chaîne. En effet, les petits-déjeuners « *McDo* » et de nouveaux menus réputés plus sains (en phase avec la mode « bio » et diététique),

tout en restant à la portée d'un grand nombre de consommateurs à faibles revenus, constituent une offre qui s'adapte à une nouvelle donne sur ce marché.

Sur un marché en difficulté (pouvoir d'achat des consommateurs en régression, croissance atone, forte volatilité sur les prix des denrées agricoles, etc.), l'entreprise offre des produits (le hamburger *Bagel* en France, qui est le deuxième marché du restaurateur après les États-Unis) qui bénéficient d'un effet report avec la crise aux États-Unis et en Europe.

Aussi, selon les caractéristiques des zones spécifiques, « *McDo* » propose de nouveaux produits et services, comme la livraison de repas en Asie, les nouvelles recettes (muffin au thon) au Japon, les nouveaux points d'entrée pour commander (par téléphonie mobile à Singapour, via un kiosque pour passer les commandes directement dans 850 restaurants en Europe).

Le résultat net de l'entreprise a progressé de 11 %, à 5,5 milliards de dollars et le chiffre d'affaires de 12 %, à 27 milliards de dollars en 2011. Les ventes ont ainsi progressé de 7 % en moyenne dans les zones États-Unis, Europe et Asie-Pacifique, et la continuité de ces résultats est attendue avec l'ouverture du plus grand restaurant au monde dans le parc olympique de Londres, en 2012.

QUESTIONS D'ENTRAÎNEMENT

(entre parenthèses ; les sections auxquelles vous pouvez vous référer pour préparer vos réponses)

1. Comment peut-on définir une entreprise économique ? (1. 2.)
2. Comment l'école de Harvard et l'école de Chicago se distinguent-elles ? (1. 5.)
3. Que signifie un marché pertinent ? (1. 4. et Encadré 1)
4. Comment détermine-t-on le degré de développement d'un marché ? (1. 3.)
5. Qu'est-ce que le paradigme SCP ? (1. 5. et Encadré 2)

LECTURES SUPPLÉMENTAIRES

- Arena, R., Benzoni, L., De Bandt, J. et Romani, P. M. (éds), (1991), *Traité d'économie industrielle*, Economica.
- Carlton, D. et Perloff, J., (2008) *Économie industrielle*, traduction française, De Boeck.
- Morvan, Y., (1991), *Fondements d'économie industrielle*, Economica.
- Tirole, J., (1993), *Théorie de l'organisation industrielle*, traduction française, Economica, vol.1 (vol.2, 1995).

2

STRUCTURES DE MARCHÉ

SOMMAIRE

2.1	Structures polaires et dérivées	33
2.2	Marchés oligopolistiques	50

TABLE DES MATIÈRES

Préface	5
Avant-propos	7
Introduction	9
CHAPITRE 1	
Économie industrielle : fondements analytiques et questions récurrentes	13
1.1 Repères conceptuels	14
1.2 Organisation et firme	17
1.3 Le concept de marché	19
1.4 Le marché pertinent : importance d'une définition précise	21
1.5 Économie industrielle : paradigme SCP	24
1.6 Économie industrielle : dynamisation du paradigme SCP	26
CHAPITRE 2	
Structures de marché	31
2.1 Structures polaires et dérivées	33
2.1.1 <i>L'offre dans le modèle de concurrence pure et parfaite</i>	33
A. Atomicité des agents	34
B. Homogénéité du produit	34
C. La fluidité des marchés :	35
D. La transparence du marché :	35
2.1.2 <i>Le monopole</i>	39
2.1.3 <i>Marchés contestables</i>	42
2.1.4 <i>Concurrence monopolistique</i>	46
2.2 Marchés oligopolistiques	50
2.2.1 <i>Duopoles de Cournot et de Bertrand</i>	51
2.2.2 <i>Duopole de Stackelberg et conflit entre firmes</i>	53
2.2.3 <i>Une structure coopérative de marché : le cartel</i>	55

CHAPITRE 3

Théorie des jeux et interdépendances stratégiques	59
3.1 Les fondements de la théorie des jeux	60
3.2 Stratégies et formes de jeu	64
3.3 Équilibre de Nash	66
3.4 Stratégies mixtes, multiplicité des équilibres et portée des solutions	68
3.5 Équilibre parfait et équilibre bayésien	71

CHAPITRE 4

Asymétrie de l'information et relations d'agence : coordination décentralisée et rationalité des organisations	79
4.1 Information et incertitude	81
4.2 Incomplétude des marchés	82
4.3 Relations économiques sur des marchés imparfaits	85
4.4 Coordination et coalitions contractuelles : contrôle et droits de propriété	87
4.5 Coûts de transaction et rationalité des organisations	91
4.6 La logique hiérarchique et les formes d'organisation interne	93
4.7 Le réseau comme forme d'organisation coordonnée	95

CHAPITRE 5

Stratégies de marché	99
5.1 La stratégie	100
5.2 Stratégie et avantage concurrentiel	103
5.3 Barrières à l'entrée et asymétrie de coût	106
5.4 Stratégie de domination par les coûts et les volumes	112
5.5 Les fondements de la stratégie de différenciation	113
5.6 Rationalité et avantages des stratégies de diversification/intégration verticale et formes conglomérales	115
5.7 La concentration versus la stratégie de niche	119

CHAPITRE 6

Économie de l'innovation	125
6.1 Innovations : définitions et formes	126

6.2	Les facteurs à l'origine des innovations	130
6.3	Structure des marchés innovants et taille des firmes	131
6.4	Innovation ouverte : un nouveau paradigme	133
6.5	Les approches systémiques et la localisation de l'innovation	136
6.6	Politiques publiques d'attractivité et pôles de compétitivité	139
CHAPITRE 7		
	La taille des entreprises, les PME et la proximité	143
7.1	Économies d'échelle, externalités et taille des entreprises	144
7.2	Les PME et les économies d'agglomération	147
7.3	Les SPL : systèmes productifs locaux ou clusters	150
7.4	La typologie de la proximité	155
7.5	Marché du travail local comme externalité positive	157
CHAPITRE 8		
	Performances et mesures	161
8.1	Compétitivité et performances	162
8.2	Performances des secteurs, performances des firmes	165
8.3	Performances individuelles et groupe stratégique	167
8.4	Compétences	167
8.5	La rente comme indicateur de performance	170
8.6	La valeur actionnariale de l'entreprise et la performance financière	172
8.7	Performance et responsabilité sociale de l'entreprise	176
CHAPITRE 9		
	Écologie industrielle	181
9.1	Définition et fondements	182
9.2	Quels axes de développement ?	183
9.3	Une préoccupation des grands groupes industriels et le management	187
9.4	La question de la faisabilité dans l'approche éco-industrielle	188
9.5	Tendances actuelles	193
	Références bibliographiques	195

Ouvertures Économiques

Série LMD

Cette série, déclinaison de la réputée collection **Ouvertures économiques**, offre à l'étudiant en économie et en gestion des manuels pratiques, directement en phase avec le cursus universitaire, qu'ils soient de niveaux Licence (Baccalauréat), Master ou Doctorat. Ces manuels ont été conçus dans un esprit tout à la fois synthétique et pédagogique.

Abdelmalki Lahsen, Sandretto René, *Politiques commerciales des grandes puissances.*

La tentation néoprotectionniste.

Barbier-Gauchard Amélie, *Intégration budgétaire européenne.*

Enjeux et perspectives pour les finances publiques européennes.

Beffy Pierre-Olivier, *Initiation à l'économie.*

Compléments en ligne : QCM - exercices.

Brillet Jean-Louis, Cette Gilbert, Gambini Ian, Lagoarde-Segot Thomas,

Politiques macroéconomiques. Un outil d'évaluation : MacSim2

Burgenmeier Beat, *Politiques économiques du développement durable.*

Caulier Jean-François, *Fondements mathématiques pour l'économie et la gestion.*

Cayatte Jean-Louis, *Microéconomie de l'incertitude.*

Dumas André, *Économie mondiale.* Les règles du jeu commercial, monétaire et financier.

Faucheux Sylvie, Hue Christelle, Nicolaï Isabelle, *T.I.C. et développement durable.*

Les conditions du succès.

Lupton Sylvie, *Économie des déchets.* Une approche institutionnaliste.

Mussard Stéphane, Seyte Françoise, *Inférence statistique et probabilités*

Schwengler Bernard, *Les règles budgétaires.* Un frein à l'endettement ?

Szpiro Daniel, *Économie monétaire et financière.*

Tazdaït Tarik, *L'analyse économique de la confiance.*

Terraza Virginie, Toque Carole, *Analyse statistique pour la gestion bancaire et financière.*

Applications avec R.

+ Enseignement à distance

Initiée par des collègues de la Faculté d'Economie de Grenoble, la série « + EAD » répond notamment aux besoins de l'Enseignement A Distance en proposant des manuels accessibles et de référence qui accompagnent l'étudiant qui suit une formation aux rythmes aménagés.

Berthaud P. *Introduction à l'économie internationale*. Le commerce et l'investissement

Bobulescu R., Ülgen F. *Organisation industrielle*. Dynamique des marchés et stratégies des firmes

Charmettant H., Sébastien G., Vallet G., *Comprendre l'économie*. Questions économiques contemporaines

Figuière C., Boidin B., Dieme A., *Économie politique du développement durable*

Rocca M., *Conduire un projet*. Acteurs et méthodes du changement organisationnel

Comprendre les stratégies des firmes et les structures de marché, à travers une analyse dynamique de l'évolution économique.

- L'ouvrage présente les **idées fondamentales de l'économie industrielle** et les intègre dans une **perspective actuelle**, dynamique et évolutive. Sa particularité est de combiner une **approche classique de l'économie industrielle** avec une **présentation des développements les plus récents**, qui font place aux recherches menées sur les systèmes d'innovation, sur les réseaux d'entreprises et les clusters, ainsi que sur l'écologie industrielle en tant que stratégie répondant aux **enjeux environnementaux actuels**.
- Tout au long de l'ouvrage, des **exemples et cas pratiques récents** sont présentés pour étayer les thèses exposées et aider à la compréhension des modèles théoriques.
- Il s'adresse particulièrement aux **étudiants des trois années de licence en économie-gestion et aux étudiants des écoles de commerce et d'ingénieurs**. La plupart des thèmes présentés peuvent servir de **point de départ aux approches en gestion** : finance, stratégies, marketing, ressources humaines.

Roxana Bobulescu est enseignante-chercheuse en économie, à Grenoble École de Management. Ses recherches portent sur les systèmes productifs locaux, sur l'innovation dans l'industrie pharmaceutique et les biotechnologies. Elle a travaillé également sur les externalités en économie industrielle. Elle s'intéresse actuellement à l'écologie industrielle, à la décroissance soutenable et au slow management.

Faruk Ülgen est enseignant-chercheur, habilité à diriger des recherches en économie et directeur du Pôle Économie-Gestion de Valence, de la Faculté d'Économie de Grenoble, Université Grenoble 2. Ses recherches et publications portent sur la stabilité des systèmes monétaires et financiers, la micro et la macroéconomie internationales, la théorie des organisations et l'économie industrielle.

ORGIND
ISBN 978-2-8041-7089-9
ISSN 2034-5070

www.deboeck.com



Dans le cadre du nouveau Système Européen de Transfert de Crédits (E.C.T.S.), ce manuel couvre **en France** le niveau : Licence et Baccalauréat.

En Belgique Licence et Baccalauréat
En Suisse Licence et Baccalauréat
Au Canada Licence et Baccalauréat

L

M

D