



La place de marché est-elle proconcurrentielle ?

Laurent BENZONI

**Ateliers de la concurrence – DGCCRF
« Internet et Concurrence »**

13 mars 2001

TERA Consultants

32, rue des Jeûneurs
75002 PARIS

Tél. + 33 (0) 1 55 04 87 10
Fax. +33 (0) 1 53 40 85 15

S.A.S. au capital de 200 000 €
RCS Paris B 394 948 731

La place de marché est-elle proconcurrentielle ?

Laurent BENZONI

Professeur d'économie à l'Université Panthéon-Assas (Paris II)

Expert – fondateur auprès de TERA Consultants

Présentation aux ateliers de la concurrence « Internet et concurrence »

14 mars 2001

La réalisation d'un échange sur les marchés de biens ou de services nécessite un ensemble d'opérations de la part des vendeurs et des acheteurs. Celles-ci sont génératrices de coûts que les économistes ont qualifié de coûts de transaction. Ils recouvrent à la fois les coûts de recherche et d'information, les coûts de facturation et les coûts afférents à la négociation éventuelle des contrats et à leur bonne exécution. Le niveau de ces coûts varie selon :

- la nature du bien ou du service ;
- la récurrence des transactions ;
- le degré de spécification du bien ou du service échangé.

Les vendeurs et les acheteurs ont toujours recherché les solutions techniques et organisationnelles qui permettent de réduire ces coûts tout en maximisant la qualité des échanges.

Dès ses origines, l'informatique communicante est apparue comme un vecteur technique qui permettait d'atteindre cet objectif. Nous pouvons schématiquement distinguer trois périodes.

Les années 70

Nous assistons à l'apparition des premiers systèmes d'automatisation des transactions. Ils étaient très coûteux. A long terme, les partenaires devaient s'engager à développer des plates-formes logicielles communes. Ces systèmes étaient fermés et réservés aux grandes entreprises.

Les années 80

Sous l'égide des acteurs, les systèmes qui se développent sont beaucoup plus ouverts. Ils sont connus sous le terme générique d'EDI : Echange de Données Informatiques. Ils avaient pour vocation de réduire les coûts de transaction en diffusant les documents sous format électronique. Ces

systèmes permettaient aux grands acheteurs, notamment dans le secteur automobile ou aéronautique, de fédérer leurs sous-traitants en leur imposant des plates-formes à la fois dédiées et normées.

Le milieu des années 90

Nous assistons à l'essor d'une nouvelle ère. Le protocole d'Internet permet de normaliser l'échange de l'ensemble des données. L'Internet et le langage HTML ont permis l'ouverture des systèmes en provoquant une baisse drastique des coûts des plates-formes et des communications.

Les systèmes sont de plus en plus sophistiqués. Désormais, ils permettent la vente aux enchères, la spécification technique des biens et la coopération entre les firmes. Ce sont ces systèmes qui sont qualifiés aujourd'hui de places de marché. Ce terme générique recouvre des systèmes opérés à la fois par des acheteurs ou des vendeurs individuels, par des groupements et par des tiers.

L'opinion commune voit dans l'explosion du nombre des places de marché électroniques l'émergence progressive de l'économie de concurrence parfaite. Qu'en est-il réellement ? Les technologies considérées recèlent-elles des vertus intrinsèques, propres à favoriser une dynamique concurrentielle ?

Les effets positifs des places de marché sur la concurrence et le bien-être commun

L'Internet accroît l'efficacité de la Supply Chain Management . En fait, deux niveaux de réflexion peuvent être menés.

Le niveau stratégique

Quelles activités convient-il d'intégrer pour être le plus compétitif possible ?

Le niveau opérationnel

Comment les différents maillons de la filière peuvent-ils être coordonnés de la façon la plus efficace possible ?

A court terme, l'Internet a joué un rôle essentiel au niveau opérationnel. Il s'en est suivi trois effets :

- une réduction des prix d'acquisition des biens ou des services ;
- une réduction des coûts des opérations d'échange ;
- une fluidité des marchés à l'intérieur des maillons de la chaîne.

La réduction des prix est la conséquence de la mise en concurrence élargie des fournisseurs grâce à une meilleure diffusion des appels d'offres ou des conditions de vente. Dans certains secteurs, elle a atteint près de 40 %.

La réduction des coûts provient de la mise en ligne des systèmes informatiques afférents aux échanges. Celle-ci permet de baisser les coûts

de la négociation et de la passation des contrats, de la facturation et du suivi des commandes. De façon générale, les coûts de transaction ont été réduits de 90 %.

La fluidité plus grande des marchés est liée à la gestion des stocks. Nous assistons notamment à une diminution des stocks de précaution et des stocks tampons. En effet, il est plus facile de trouver des partenaires de substitution en cas de rupture de stocks. De ce fait, les gains sont compris entre 30 et 50 %.

Au total, les prix peuvent être inférieurs de 30 % en moyenne au niveau du consommateur final. Le secteur informatique, notamment grâce à la réussite de firmes comme Cisco et Dell, sert souvent de référence en la matière.

Que s'est-il passé pour parvenir à de tels résultats ? Nous avons assisté à :

- la faillite des intermédiaires peu créateurs de valeur dans l'informatique, notamment celle des distributeurs ;
- la réduction des stocks tampons ;
- la concurrence acharnée entre les fournisseurs de composants non stratégiques qui a provoqué de nombreuses faillites notamment en Asie du Sud Est.

A ce stade de l'analyse, nous constatons que l'Internet produit des effets proconcurrentiels. Or qui contrôle la transparence et l'organisation des échanges sur ces places de marché ? Ces dernières sont-elles des biens collectifs publics ou des biens privés contrôlés par des acteurs indépendants de l'échange ?

Le conditionnement des effets positifs par le comportement des acteurs

Historiquement, la place de marché est un bien public et collectif. Dans le domaine boursier, ce modèle a évolué. En effet, la place de marché est désormais gérée par un acteur privé sous le contrôle des acheteurs et des vendeurs. L'Internet crée un nouveau modèle. Aujourd'hui, il tend à généraliser le modèle de la place de marché privée sous le contrôle des parties de l'échange. Actuellement, nous observons une multiplication de ces places de marché privées qui entrent en concurrence les unes avec les autres. Une récente étude en identifiait plus de 7000.

Nous pouvons penser que cette concurrence va se traduire par la sélection des places de marché les plus efficaces. Or il faut prendre en compte le fait que dans ce domaine, la prime à l'efficacité se réduit en premier lieu à une prime à la liquidité. En effet, les places de marché sur l'Internet sont d'autant plus attractives qu'elles sont liquides et que la surface d'échanges est importante. Plus le nombre d'acteurs est important, plus la valeur de la place est grande. En termes de concurrence, la conséquence est évidente. En effet, une place de marché qui affichera une taille critique initiale conséquente aura une liquidité importante dès sa création. En outre, elle disposera d'un avantage concurrentiel fort par rapport à celles qui se situeront en dessous de cette taille critique.

Aujourd'hui, quelles sont les places de marché qui disposent d'une taille critique initiale importante ? Il s'agit, non pas des places de marché mises en place par des acteurs indépendants, mais de celles qui sont créées par les acteurs dominants des secteurs de l'ancienne économie. Par exemple, dans le domaine de la distribution, Global Next Exchange a été créé par Sears Robuck, Carrefour, Métro et Sainsbury. Elle fédère une puissance d'achats de 200 milliards de dollars par an. Elle rassemble 70 000 fournisseurs. Son concurrent, World Wide Rental Exchange, regroupe 17 centrales d'achats. Dans ses rangs, elle compte notamment Auchan et Casino. Elle réalise près de 500 milliards de dollars d'achats par an. Dans le monde virtuel, ces places de marché apparaissent porteuses d'une intensité concurrentielle accrue et non d'une création de positions dominantes. Nous observons ce phénomène dans l'automobile, l'aéronautique et dans le secteur bancaire.

Analyse prédictive : la concurrence entre les places de marché

Dans la plupart des secteurs, les places de marché qui vont subsister seront placées sous le contrôle collectif des grands acteurs. Les places de marché indépendantes, issues de la nouvelle économie, vont disparaître en raison de leur absence de taille critique.

Lorsque les places de marché auront stabilisé leur part de marché au niveau mondial, qu'advient-il ? Deux types de comportement peuvent émerger. En premier lieu, si les acteurs qui contrôlent les places de marché adoptent des modalités de fonctionnement coopératives et non-discriminatoires, l'Internet restera un outil proconcurrentiel. En second lieu, si l'Internet devient un outil d'amélioration de la position concurrentielle, les acteurs pourront rapidement enfreindre les règles de la concurrence. Ils pourront notamment interdire l'accès à la place de marché à certains acteurs et mettre en place des dispositifs discriminatoires afin de renforcer leur position. Dans un tel contexte, il est évident que les litiges et les contentieux vont se multiplier.

S'agissant de ces contentieux, la question fondamentale sera toujours identique. La place de marché considérée a-t-elle une position incontournable à un point tel qu'elle peut être assimilée à une facilité essentielle ? Si tel est le cas, il s'agira de contraindre les acteurs de contrôle à gérer cette place de marché comme un bien collectif. Dans les autres cas, il sera possible de considérer que la place de marché reste un actif stratégique. De ce fait, elle continuera à être gérée comme un bien privé.