

Jeudi 1 juillet 2004

- ACCUEIL
- Abonnez-vous
- Trouvez un emploi
- Immobilier

Actualité

- International
- Politique
- France
- Sciences & Santé
- Débats & Opinions
- Éducation
- Culture & Spectacles
- Télévision
- Portraits
- Sports
- Euro 2004

Economie

- Monde - France
- Entreprises
- High-tech
- Médias & publicité
- Votre argent
- Décideurs
- Bourse
- Finances

Art de vivre

- Auto & Moto
- Au masculin
- Mode & Beauté
- Cuisine & Vins
- Maison & Jardin
- Voyages
- Loisirs & Week-end
- Multimédia

Publications

- Figaro Magazine
- Madame Figaro
- Figaro Entreprises
- Figaroscope
- Figaro Etudiant
- Figaro Littéraire
- France-Amérique

Annonces

"Vous avez un appartement ?
à vendre ?"
L'IMMOBILIER SUR INTERNET AVEC EXPLORIMMO.com

Entreprises

Benzoni : «Il ne faut pas hésiter à se défier de prix trop bas»

Laurent Benzoni est professeur à l'université de Paris-II. Il y occupe le poste de directeur du DEA économie de l'énergie. Il est aussi associé de Tera Consultants.

Propos recueillis par Marie-Cécile Renault
[01 juillet 2004]

LE FIGARO ECONOMIE. – L'ouverture du marché à la concurrence a entraîné une baisse des prix pour les services de télécom et le transport aérien. Or elle est supposée provoquer une hausse des prix dans l'électricité. Pourquoi ?

Laurent BENZONI. – Etes-vous si sûr que les prix dans les télécoms ou le transport aérien ont tous baissé ? S'il existe aujourd'hui des prix dégriffés pour des billets d'avion au dernier moment ou en période creuse, les prix des billets de «première classe» ou sur certaines destinations augmentent ! Idem dans les télécoms : la minute de communication longue distance baisse, mais le prix de l'abonnement a augmenté. Il est difficile, voire impossible, de comparer les prix avant et après l'ouverture d'un marché à la concurrence, car les structures de prix se modifient et se diversifient. Le marché de l'électricité ne déroge pas à la règle. Le prix du kilowatt/heure en période creuse pour l'industrie peut baisser. En revanche, pour des petits consommateurs, dans certains cas, il peut augmenter. Les prix deviennent plus volatils.

Est-il possible de dégager une tendance, un prix moyen ?

Non. On pourra mesurer des prix, mais pas le

Les outils

- Imprimer
- Envoyer ce lien à un ami
- Acquérir les droits pour cet article
- Rechercher un article

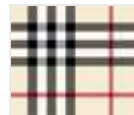
ÉVÉNEMENT

AVEC LE SOUTIEN DU FIGARO PATRIMOINE
Le Trophée du Gestionnaire de Patrimoine 2004.
Cliquez ici pour participer



LE FIGARO ENTREPRISES

REDÉMARRAGE
Burberry sauvé grâce au bikini



EXPRESSO
Tassimo-Nespresso : la guerre du percolateur va avoir lieu



Roger Deromedi: «Les Français veulent un meilleur café!»

SALAIRES
Accepter de gagner moins pour décrocher un poste



Tous les articles du Figaro Entreprises

Autres rubriques

INTERNATIONAL
Les mémoires de Mme Berlusconi

POLITIQUE
Automobile : le «bonus-malus» divise toujours la majorité

FRANCE
Le scénario de la mort

L'int

- Les p franc [AFP]
- Proci du p. com [AFP]
- Auto vend exen [AFP]
- Sadc crimi la ju: [AFP]
- Dispi dang gard [AFP]
- Tout
- Pror

Bou

-
-
-
- 9h
- CAC 40
- NM
- €/ \$

Dél

-
-
-
-
- Ba

LA U

-
-
-
-

RECI

- Rech archi
- "Entr
- Mot (

[Emploi](#)[Immobilier](#)[Carnet du Jour](#)[Archives](#)[Rechercher](#)[Droits](#)[Événements](#)[La Solitaire](#)[Portes d'Afrique](#)[Trophée Golf](#)[Grandes conférences](#)[Fête du Livre](#)[Services](#)[Forums](#)[Iminitel](#)[Internet mobile](#)[Edition vocale](#)[Programme TV](#)[Météo](#)[Echecs](#)[Culture-Quiz](#)[Bilan de personnalité](#)[Pratique](#)[Les rédactions](#)[Les publications](#)[Publiprint](#)[Club abonnés](#)[Nous contacter](#)[Abonnez-vous](#)

prix. L'introduction de la concurrence provoque la prolifération de tarifs, globalement bénéfique pour les consommateurs. En économie, on parle de discrimination positive : les prix sont adaptés aux profils de consommation tout en utilisant mieux les capacités des réseaux. Attirés par des prix attractifs incitant, par exemple, à consommer aux heures creuses, les clients modifient leurs habitudes de consommation. Suivre l'évolution des prix procède donc d'un exercice très complexe.

L'électricité est-elle donc un marché comme les autres ?

Pas tout à fait car l'électricité est vraiment une «commodité». On ne retrouve pas dans ce secteur un degré aussi intense d'innovations et de baisses de coûts que celui observé dans les télécoms. Il existe des contraintes environnementales, des obligations en matière de rejets polluants, des évolutions de coûts liés aux prix des énergies fossiles (pétrole, gaz...). Les coûts, donc les prix, varient à long terme en raison de facteurs exogènes ayant peu à voir avec l'intensité de la concurrence au sein du secteur. En Europe, il faut interconnecter les réseaux de transport d'électricité pour créer un marché paneuropéen.

Quel est alors l'intérêt de la concurrence pour le consommateur ?

Le consommateur peut obtenir une diversification des offres tarifaires, des différenciations de qualité, des services supplémentaires et enrichis, comme avoir la possibilité de ne pas prendre une demi-journée pour attendre le relevé de son compteur. Mais souvent cela a un coût. Il faut aussi comprendre qu'une baisse des prix, trop forte à court terme, dissuade les acteurs d'investir pour le long terme. Une trop forte concurrence par les prix à court terme crée les conditions de pénurie à plus long terme avec leurs lots de coupures. Rappelez-vous l'exemple californien ! Il appartiendra aux régulateurs électriques de veiller au respect des équilibres de long terme et de ne pas hésiter à se défier de prix trop bas. Savoir refuser des prix bas à court terme pour préserver l'avenir devient une priorité politique et sociale !

de Jeanne-Marie reste flou

■ **SCIENCES & SANTÉ**

Premier virage pour Cassini autour de Saturne

■ **TÉLÉVISION**

France 2/ Non coupable aux yeux de la loi

■ **TÉLÉVISION**

Canal +/ Les mariés de Noël

LA U



LETI





Rece
cour
du Fi

Votre

Existe-t-il des secteurs où, paradoxalement, le monopole est préférable à la concurrence ?

Il existe tout simplement des segments de marché où la concurrence est impossible – les «monopoles naturels». C'est le cas de la boucle locale dans les télécoms, c'est-à-dire les derniers mètres du réseau qui arrivent jusque chez l'abonné. Les concurrents de France Télécom ont déployé des réseaux sur toute la France, mais ne peuvent dupliquer dans chaque foyer le réseau de France Télécom, à qui ils sont donc contraints de louer ses infrastructures. Même chose pour l'électricité : personne ne va rebâtir un réseau de lignes haute tension. S'il peut y avoir concurrence sur la production et la commercialisation de l'électricité, les réseaux de transport ou de distribution constituent des monopoles naturels. Un monopole qui ira même au-delà des frontières nationales, puisque l'enjeu de l'ouverture à la concurrence dans l'électricité en Europe passe par la constitution d'un réseau de transport unifié.

Les outils

-  Imprimer
-  Envoyer ce lien à un ami
-  Acquérir les droits pour cet article
-  Rechercher un article

Droits de reproduction et de diffusion réservés © **lefigaro.fr** 2003.
Le Figaro est membre du réseau **EDA** et de **INADAILY**.