



Prix prédateurs : les enseignements de l'analyse économique

Laurent BENZONI

Ateliers de la concurrence – DGCCRF
« Le prix prédateur comme obstacle à la concurrence »

17 Novembre 1999

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

"Les entreprises peuvent-elles délibérément vendre leurs produits à un prix défiant toute concurrence ?

Si cette pratique se transforme en prédation, autrement dit une vente à un prix inférieur au coût marginal, elle est condamnée par la loi.

Elle dissuade tout concurrent d'entrer sur le marché et conduit à un monopole. C'est pourquoi il est souvent fait appel aux économistes pour juger ce type de pratique. Encore faudrait-il qu'ils puissent clairement la mesurer."

Problèmes économiques

L'importance que l'on accorde aux analyses des économistes dans les affaires de prédation me flatte autant qu'elle m'effraie. Elle me flatte puisqu'elle symbolise une certaine reconnaissance vis-à-vis de ma discipline. Elle m'effraie tant les conclusions auxquelles nous aboutissons ne sont ni claires ni précises..

John Rockefeller disait : "seul un concurrent mort n'est pas dangereux." Or on se souvient que son entreprise, la Standard Oil, avait fait l'objet d'un procès retentissant pour ses pratiques anticoncurrentielles et notamment ses pratiques de prédation. Cette déclaration révèle toute l'ambiguïté de la question de la prédation. En effet, sur un marché, le "meurtre" des concurrents n'est pas prohibé. Il s'agit même, sur le fond, d'une règle normale du fonctionnement de la concurrence, censée sélectionner les meilleurs. En revanche, il est aujourd'hui admis que certains des moyens employés pour parvenir à cette fin sont considérés comme non souhaitables, soit pour le consommateur, soit pour le fonctionnement à long terme des marchés. Les prix prédateurs en font partie.

Comment définir la pratique prédatrice ?

La théorie économique standard veut que toute entreprise en situation de concurrence fixe son prix de telle sorte que celui-ci soit égal au coût marginal de production. De fait **un prix supérieur au coût marginal atteste d'un pouvoir de marché**. Inversement, un prix inférieur au coût marginal symbolise une stratégie dont le but n'est pas de maximiser le profit mais d'augmenter le chiffre d'affaires ou les parts de marché. Dans ce contexte, **la pratique prédatrice consiste à proposer des prix inférieurs aux prix répondant à la maximisation du profit** et ce, **pour évincer** partiellement ou totalement **les concurrents** actuels ou pour dissuader les concurrents potentiels d'entrer sur le marché. Cette stratégie, visant à maximiser le chiffre d'affaires, ne sera économiquement rationnelle que si l'investissement réalisé dans la prédation s'avère rentable. Elle le sera si la pratique débouche sur une augmentation des prix à long terme, grâce au pouvoir de marché acquis ou conservé par l'entreprise, ou sur l'acquisition des concurrents à un prix très compétitif, ou encore sur l'affaiblissement des concurrents.

La pratique prédatrice n'est pas assimilable à la vente à perte.

Vous remarquerez que notre approche de la prédation ne fait pas référence à la notion de perte. La pratique de prix prédateurs n'est pas associée à une pratique de vente en dessous des coûts. Si un tel concept peut paraître surprenant pour les juristes ou les praticiens de droit de la concurrence, il s'explique très bien du point de vue de l'économie. En effet, **la prédation est avant tout la renonciation à un profit immédiat en vue de la maximisation d'un profit futur**. Or renoncer à un profit immédiat ne signifie pas forcément accepter une perte mais plutôt accepter un profit plus faible.

C'est d'ailleurs cet argument qui a été avancé par l'économiste Richard Schmalensee (*), au cours du procès de Netscape contre Microsoft. L'économiste a estimé que le prix de vente de Windows était six fois inférieur à ce qu'il aurait été si Microsoft avait vendu Windows un prix susceptible de maximiser son profit. Il a soutenu que l'absence de concurrence sur le marché des systèmes d'exploitation PC était due à un prix trop bas dissuadant d'éventuels concurrents d'entrer sur le marché. Au total Windows était vendu à un prix prédateur. Cité au procès par Microsoft, Richard Schmalensee a déclaré que ce prix avait surtout bénéficié aux consommateurs.

La tendance qui conduit à assimiler la pratique de prédation à la pratique de la vente à perte trouve sa source dans les techniques empiriques mises en œuvre pour traiter les affaires de contentieux sur les prix. Il fallait notamment distinguer si une baisse de prix observée sur les marchés s'inscrivait dans un mécanisme de concurrence normal ou visait à restreindre ultérieurement la concurrence. Pour établir cette distinction, on abandonne le schéma normatif de l'économie, on revient à l'analyse du contexte concurrentiel pour se focaliser sur la rationalité de la seule entreprise suspectée de prix prédateurs. Le test Areeda-Turner, expliqué dans un article en 1965, s'inscrit parfaitement dans cette approche. Les deux auteurs reconnaissent que la définition économique générique qui revient à identifier le prix prédateur par rapport au coût marginal ou à la renonciation au profit est satisfaisante et cohérente. Malheureusement elle se heurte à **un obstacle insurmontable : la mesure et l'évaluation du coût marginal** lorsque l'on ne connaît pas les données comptables internes de l'entreprise.

La référence au coût variable moyen de court terme

Areeda et Turner ont proposé de repérer les situations de prédation évidentes en utilisant comme référence le coût variable moyen de court terme. **Si le total des dépenses courantes consacrées par une entreprise à l'achat de matières premières, de fournitures, de fluides ou de services est supérieur au prix de vente des produits, la poursuite de la production par l'entreprise est irrationnelle pour elle-même.** Or cette irrationalité conduit à désorganiser potentiellement le marché. Imaginons une entreprise disposant en amont d'une ressource essentielle qu'elle vend en aval à des entreprises qui la concurrenceront sur le marché d'aval. Si le prix de l'entreprise qui dispose de la ressource essentielle sur le marché d'aval est inférieur au prix de vente de l'accès à la ressource essentielle on peut parler d'une situation de prédation au sens où l'entendent Areeda et Turner

Les entreprises de télécommunications ont souvent été confrontées à de telles situations. En effet, certains opérateurs historiques ont vendu des services à des prix de détail inférieurs aux charges d'interconnexion qu'ils faisaient supporter à leurs concurrents et devaient supporter eux-mêmes.

Cette pratique a été condamnée aux Etats-Unis, lors d'un procès entre ATT et MCI, en Suède, et même en France, où l'offre Internet de France Telecom dans les écoles s'est vue disqualifiée par les autorités concurrentielles sur les mêmes bases d'analyse. Dans ces affaires, la question de prédation est intimement liée au niveau de la tarification d'accès à la ressource essentielle. Les économistes parlent d'ailleurs d'avantage d'effet de ciseau que d'effet prédateur.

Si le test d'Areeda-Turner est restrictif, il a au moins le mérite de rappeler que la **vente à perte n'est pas toujours, du point de vue des économistes, irrationnelle.** En effet, elle est rationnelle à court terme, si le prix de vente d'un bien est supérieur au coût variable moyen, mais reste inférieur au coût moyen total. Une entreprise a en effet dans ce cas, plutôt intérêt à poursuivre la production pour minimiser la perte.

Ce facteur qui pousse les entreprises à poursuivre rationnellement la vente à perte va devenir extrêmement critique dans les industries où les coûts fixes sont très élevés. En effet, l'écart observé entre le coût variable et le coût moyen total laisse à l'entreprise la possibilité d'amortir ou non le coût fixe. De fait, plus le coût sera important dans la structure des coûts d'une entreprise, plus le prix rationnel pourra être bas. J'illustrerai mes propos d'un exemple. La production électrique n'étant pas un bien que l'on peut stocker, toute surproduction instantanée constatée peut faire l'objet d'une vente à court terme. Le coût fixe pouvant être extrêmement élevé, notamment lorsqu'il s'agit de production électronucléaire, le coût variable de court terme peut s'avérer particulièrement faible. Pourtant, même si le prix de vente ne couvre pas le prix total, on peut admettre la rationalité économique à vendre en dessous de son coût moyen mais au-dessus de son coût variable. La jurisprudence a reconnu que, dans les affaires où une entreprise peut être légitimement amenée à vendre à perte, il fallait distinguer les entreprises en position dominante des autres sociétés. En conséquence, **toute vente à perte d'une entreprise en position dominante sera potentiellement suspecte et sera interprétée comme potentiellement prédatrice.**

Le cas du béton prêt à l'emploi en France montre que l'approche dont nous venons de parler a souvent été retenue par les autorités concurrentielles. Le critère d'Areeda-Turner a été élargi dans la mesure où on estime que l'on peut considérer comme prédateurs des prix supérieurs aux coûts variables. Mais on ne retombe pas pour autant dans la théorie économique qui estime que des prix supérieurs aux coûts moyens peuvent être prédateurs.

Comment et quand juger les effets de la prédation ?

En fait, pour les économistes, traiter de la prédation indépendamment des coûts revient essentiellement à juger des effets de prédation. Il ne faut pas commettre l'erreur d'interpréter une baisse de prix réellement concurrentielle comme pratique de prix prédateurs. Il faut en la matière comprendre que l'arrivée de nouveaux acteurs sur un marché se traduit toujours par des surcapacités à court terme. Dès lors, il est légitime, pour les entreprises qui supportent ces surcapacités, de baisser les prix pour pouvoir écouler leur production.

Pour se prémunir contre cette erreur, les économistes ont estimé qu'avant qu'on les juge, les entreprises soupçonnées de prédation devaient être passées dans la phase de rentabilisation. Il faut alors pouvoir observer soit la réaugmentation des prix, soit l'absorption des concurrents. C'est la position défendue par Easterbrook dans un article de 1981. Cette approche présente un inconvénient majeur : si l'on observe la phase d'amortissement de la rentabilisation, cela signifie que la prédation a réussi et que les concurrents ont été évincés !

Mais cette démarche est judicieuse lorsqu'il s'agit de juger des offres promotionnelles, limitées dans le temps. A partir de quel moment une promotion peut-elle être considérée comme prédatrice ? **La théorie économique nous donne peu de réponses.**

On peut cependant dire que la promotion sera d'autant plus répréhensible qu'elle aura des effets importants sur les concurrents. En la matière, les modèles de simulation montrent que les effets sont beaucoup plus importants sur les marchés en très forte croissance que les marchés en faible croissance. Il faut donc être plus attentif aux premiers qu'aux seconds.

Les paradoxes de la pratique prédatrice

Deux paradoxes....

Les économistes ont tenté de réfléchir à deux paradoxes qui subsistent quant à la pratique de prédation. Premier paradoxe : **le prix prédateur accroît le bien-être collectif à court terme en favorisant l'accès massif au marché.**

Doit-on regretter ce phénomène ? Les économistes répondent par la négative à une condition : interdire à la firme de rentabiliser la prédation ou de racheter ses concurrents.

Deuxième paradoxe : toute baisse des prix se traduit pour l'entreprise par une augmentation des parts de marché. Cela signifie que l'entreprise qui enclenchera la baisse des prix verra ses volumes de vente s'accroître ! En d'autres termes, la pratique de la prédation engendre plus de pertes pour l'entreprise prédatrice que pour ses concurrentes. C'est pour cette raison que les économistes pensent que cette pratique, lorsqu'il s'agit d'un marché où les entreprises sont toutes identiques, est peu crédible. La baisse des prix s'inscrit alors dans une stratégie concurrentielle normale.

...et trois avantages

Il reste que, sur la plupart des marchés, les entreprises ne sont pas nécessairement identiques. De fait, **l'entreprise qui mène la stratégie de prédation peut bénéficier d'avantages qui échappent à ses concurrentes.** On peut retenir 3 types d'avantages. Premièrement, l'entreprise prédatrice bénéficie d'une position dominante **sur un marché différencié** du marché en question et dispose donc d'une rente qu'elle utilise pour subventionner l'activité en perte. Il s'agit alors de juger le soutien abusif d'une activité et la pratique des subventions croisées entre un marché de monopole et un marché de prédation. Deuxièmement, l'entreprise prédatrice détient **un pouvoir de marché sur un secteur géographique** et bénéficie d'un prix de monopole. Elle peut attaquer à l'exportation un autre marché distinct par le *dumping*. Troisièmement, l'entreprise dispose **de ressources financières supérieures à celles de son concurrent.** Ce cas est intéressant : il conduit à s'interroger non plus sur le contexte des charges d'exploitation de l'entreprise, mais sur le contexte des mécanismes de financement des entreprises. L'entreprise la « plus riche » va pouvoir supporter la guerre des prix beaucoup plus longtemps que sa concurrente. Or, l'entreprise prédatrice n'est pas forcément la plus importante en termes de parts de marché. Pire, elle n'est pas forcément la plus efficace. Elle est simplement plus forte sur le plan financier. Autrement dit, au prix de monopole peut s'ajouter une inefficacité de coûts dans l'entreprise restante.

Généralement, dans les modèles différenciant les mécanismes de financement, on reconnaît que les grandes entreprises ont un avantage sur les petites, ne serait-ce que parce que les financiers valorisent considérablement l'actif établi dans l'entreprise. On estime donc, que les entreprises qui sont dotées de capacités de financement importantes et qui ont des parts de marché majeures peuvent légitimement et rationnellement engager des pratiques de prix prédateurs. Dans ces modèles, la prédation ne débouche pas nécessairement sur l'éviction des concurrents mais sur leur affaiblissement. L'entreprise prédatrice altère la capacité de financement de sa concurrente. Celle-ci ne peut pas investir et se constituer un actif ; elle reste cantonnée à une part de marché plus faible que celle à laquelle elle pourrait prétendre.

Aujourd'hui, il n'existe pas de test économique permettant de distinguer *a priori* les pratiques prédatrices des pratiques concurrentielles normales. Seule une connaissance intime des marchés et de leur histoire peut aider à tirer des conclusions, définitives sur des pratiques de prix.