

# Economie Industrielle 08

## Les relations verticales

Marc Bourreau

Télécom Paris – Institut Polytechnique de Paris

<http://ses-perso.telecom-paristech.fr/bourreau/ecoindus.html>

# Plan du cours

- 1 Relations verticales et restrictions verticales.
- 2 Le problème de la double marginalisation.
- 3 Comment remédier au problème de la double marginalisation ?
  - Par intégration verticale.
  - Par choix d'un tarif binôme.
  - Par fixation d'un prix maximum.
  - Un exemple.
- 4 Le problème du *free-riding* (passager clandestin).
- 5 Comment remédier au problème du *free-riding* ?
  - Par des territoires exclusifs.
  - Par un accord de "prix de revente imposé".
  - Un exemple.
- 6 La concurrence entre producteurs.
- 7 Restrictions verticales et politique publique.

# Les relations verticales

## Définition des relations verticales

Relations entre deux firmes qui se succèdent dans une chaîne de valeur (relations de type fournisseur-client)

Relations **verticales**  $\neq$  relations horizontales entre des firmes situées à un même niveau d'une chaîne de valeur (concurrence, fusions horizontales, ...).

## Chaîne de valeur

Ensemble des activités de production qui conduisent de la matière première au produit final.

# Les relations verticales

Relations **verticales**  $\neq$  relations offre-demande (choix des consommateurs, décisions de tarification, ...).

Beaucoup de firmes vendent à d'autres firmes, pas (uniquement) à des consommateurs finals.

- Un producteur de ciment vend son ciment à des entreprises de construction...
  - Un producteur de téléviseurs vend ses produits à des détaillants...
  - Un producteur d'équipements de télécoms vend ses équipements à des opérateurs de télécoms...
- ... qui vendent ensuite aux consommateurs finals (ou à d'autres firmes).

# Les relations verticales

Pourquoi la distinction entre une relation B2B et une relation B2C est-elle importante ?

- Une firme qui vend aux consommateurs finals contrôle la plupart des variables qui influencent la demande (prix, qualité...). Ce n'est pas le cas d'une firme qui vend à d'autres firmes.
- Des firmes clientes peuvent être en concurrence entre elles, ce n'est pas le cas des consommateurs finals.
- Le nombre de firmes clientes est plus faible que le nombre de consommateurs finals.

# Les relations verticales

On distingue :

- Les firmes en amont (*upstream*) : des fabricants de biens de consommation, des producteurs de biens intermédiaires, ...
- Les firmes en aval (*downstream*) : des distributeurs, des détaillants, ...

Le marché entre les firmes amont et les firmes aval : le **marché intermédiaire** (ou marché de gros).

Le marché entre les firmes aval et les consommateurs finals : le **marché final** (ou marché de détail).

# L'intégration verticale

## Intégration verticale

Une firme est intégrée verticalement lorsqu'elle réalise en interne différentes étapes de production.

**Exemple :** dans l'industrie du pétrole, les compagnies principales réalisent en interne les étapes suivantes :

- Exploration
- Extraction
- Raffinage
- Distribution

→ En général, une firme doit-elle réaliser une activité en interne (intégration verticale) ou non ?

# L'intégration verticale

Intégrer ou non une activité ? → **comparer le coût (dont coût d'opportunité)**

- d'une production en interne (intégration verticale)
- du recours à des firmes externes ("au marché")

→ Approche à la Coase (1937) des "coûts de transactions" (coûts de transaction du recours au marché versus coûts d'organisation au sein de la firme).

Autres facteurs :

- assurer l'accès à un input essentiel
- internaliser certaines externalités
- contourner la réglementation
- ...



# L'intégration verticale

Pourquoi les firmes restent-elles verticalement intégrées ? → Aussi parce qu'elles ont investi dans des **actifs spécifiques** à la relation verticale.

- Ces actifs ne peuvent être recyclés sans coût dans une autre transaction
- Les bénéfices des investissements spécifiques disparaissent en cas de rupture définitive de la relation.

Quelques exemples d'investissements spécifiques :

- Spécificité géographique (ex fabricants de boîtes de conserves près des conserveries, cimenteries près des dépôts de ciment)
- Spécificité des actifs (ex une aluminerie investit dans une raffinerie conçue pour traiter une qualité précise de minerai de bauxite).
- Actifs dédiés (investissements pour ne satisfaire qu'un client, ex moules pour les bouteilles de parfum)
- Spécificité des ressources humaines (ex employés dans une clinique médicale formé à l'exploitation d'un logiciel spécifique à la clinique etc.)

# Le problème du hold up

## Notion de quasi-rente

Montant qu'une des parties peut exiger pendant la négociation sans qu'il soit profitable à l'autre de rompre la relation et de chercher un autre partenaire.

Exemple :

- Une firme A investit pour produire un composant pour une firme B, prix spécifié au préalable : profit  $\Pi_1$  pour A. Si B change d'avis, A fait  $\Pi_2$  sur le marché. Quasi-rente  $\Pi_1 - \Pi_2 > 0$ .
- Le problème du hold up : si  $\Pi_1 - \Pi_2 > 0$ , B peut améliorer sa situation en prenant A en hold up et en gardant la quasi rente (A est expropriée d'une partie des revenus de son investissement). Si A l'anticipe, elle n'investira pas dans un actif spécifique à la relation.
- Les négociations contractuelles deviennent complexes
- Sous-investissement dans des actifs spécifiques à la relation
- Renégociations fréquentes et coûts de transaction élevés.

→ L'intégration verticale peut être une solution.

# L'intégration verticale

Mais l'intégration verticale est une solution extrême.

Beaucoup de bénéfices de l'intégration verticale peuvent être obtenus au travers de contrats de long-terme entre des firmes :

- Joint ventures
- Sous-traitance
- Franchise
- Exclusivités
- ...

→ **restrictions verticales**

# Les restrictions verticales

## Les restrictions verticales

Des termes contractuels entre des firmes qui sont dans une relation client-fournisseur, qui vont au-delà de la définition d'un tarif unitaire et qui restreignent ce que l'autre peut faire.

### Restrictions verticales **tarifaires** :

- Prix minimum, maximum, prix de revente imposé...
- Franchise (tarif binôme)

### Restrictions verticales **non tarifaires** :

- territoires exclusifs
- distribution sélective
- seuil minimum sur les quantités vendues
- ...

# Les restrictions verticales

Définition par la commission européenne des restrictions verticales (Lignes directrices sur les restrictions verticales) :

*“Vertical restraints are agreements or concerted practices entered into between two or more companies each of which operates, for the purposes of the agreement, at a different level of the production or distribution chain, and relating to the conditions under which the parties may purchase, sell or resell certain goods or services.”*

# Les restrictions verticales

Pourquoi les firmes utilisent-elles des restrictions verticales ?

Pour des questions d'**efficacité** :

- résoudre le problème de la double marginalisation
- pour éviter les problèmes de passager clandestin de la part des firmes en aval (distributeurs)
- pour pouvoir faire de la discrimination par les prix

Pour des motifs **anti-concurrentiels** :

- restreindre la concurrence
- établir des barrières à l'entrée

# Le problème de la double marginalisation

Problème de la **double marginalisation** ou problème de l'**externalité verticale** (Spengler 1950).

On considère une firme amont (ex : un producteur) et une firme aval (ex : un détaillant).

## Idée générale

Si le producteur et le détaillant ont tous les deux du pouvoir de marché, ils vont chacun fixer un tarif supérieur au coût marginal (une marge strictement positive), ce qui va conduire à un tarif trop élevé dans la chaîne de valeur.

“Qu’est-ce qui est pire qu’un monopole ? Une chaîne de monopoles !”

# Un modèle

- Une entreprise U en amont produit un bien intermédiaire en monopole
- Elle vend ce bien intermédiaire à un détaillant D en monopole qui le commercialise aux consommateurs finals
- La demande finale pour le bien est donnée par  $Q = D(p) = a - p$
- Le coût marginal du producteur est  $c$  et  $c < a$
- Le coût marginal du détaillant est  $c_D$
- On note  $w$  le prix de gros fixé par l'entreprise U
- Le "coût marginal perçu" du détaillant D est donc  $w + c_D$
- On suppose que  $c_D = 0$

Un jeu à deux étapes :

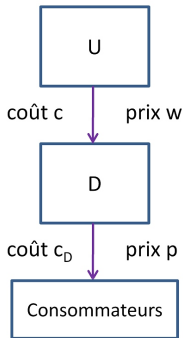
- 1 U fixe le prix de gros  $w$
- 2 D fixe le prix de détail  $p$



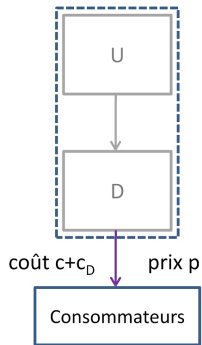
# Un modèle

On va comparer deux situations :

Firmes séparées



Firmes verticalement intégrées



# Cas de firmes séparées

## Problème de la firme en aval (détaillant)

$$\max_p \Pi_D = (p - w)(a - p).$$

La condition du premier ordre s'écrit

$$\frac{\partial \Pi_D}{\partial p} = 0 \iff p = \frac{a + w}{2}.$$

La demande pour le bien final, et donc pour le bien intermédiaire, est alors

$$q = a - p = \frac{a - w}{2}$$

## Cas de firmes séparées

Le producteur anticipe le choix de tarif du détaillant. On a donc :

Problème du producteur

$$\max_w \Pi_U = (w - c)q(w) = (w - c) \left( \frac{a - w}{2} \right).$$

La condition du premier ordre s'écrit

$$\frac{\partial \Pi_U}{\partial w} = 0 \iff w = \frac{a + c}{2}.$$

## Cas de firmes séparées

En remplaçant  $w$  par sa valeur, on trouve le prix de détail à l'équilibre :

$$p = \frac{3a + c}{4}.$$

et le surplus total des producteurs est :

$$SP = \Pi_D + \Pi_U = \frac{(a - c)^2}{16} + \frac{(a - c)^2}{8} = \frac{3(a - c)^2}{16}.$$

# Intégration verticale

On suppose que la firme U et la firme D sont **verticalement intégrées**.

On alors le problème classique du monopole :

$$\max_{p_{IV}} \Pi_{IV} = (p - c)(a - p),$$

et on trouve que

$$p_{IV} = \frac{a + c}{2} \text{ et } q_{IV} = \frac{a - c}{2},$$

et

$$SP_{IV} = \Pi_{IV} = \frac{(a - c)^2}{4}.$$

# Comparaison

On a :

$$p > p_{IV}$$

et

$$SP < SP_{IV},$$

ce qui implique que :

- i. le surplus des consommateurs est plus élevé avec intégration verticale,
- ii. le surplus des producteurs est plus élevé avec intégration verticale.

On parle de **problème de double marginalisation**.

# Alternatives à l'intégration

Le problème de la double marginalisation : un argument pour l'intégration verticale ?

Non, il existe des solutions alternatives → restrictions verticales.

La firme amont peut préférer ces alternatives à l'intégration verticale :

- Coûts pour manager les employés du circuit de distribution
- Producteur et distributeur sur des marchés géographiques éloignés
- ...

# Tarification en deux parties

- Supposons que la firme amont (U) propose un tarif en **deux parties** (tarif *binôme*) à la firme aval (D)
- Le tarif : un prix unitaire ( $w$ ) et une partie fixe ( $F$ )
- La firme U fixe le prix unitaire ( $w$ ) au coût marginal :  $w = c$
- Le problème de la firme D s'écrit alors :

$$\max_p \Pi_D = (p - c)(a - p) - F$$

- C'est le profit de monopole intégré moins la partie fixe  $F$  !



# Tarification en deux parties

On trouve donc que

$$p = \frac{a + c}{2} = p_{IV} \text{ et } q = \frac{a - c}{2} = q_{IV}.$$

Les profits des deux firmes s'écrivent

$$\Pi_D = \frac{(a - c)^2}{4} - F \text{ et } \Pi_U = F$$

Le profit total des producteurs est **maximum**, égal à  $\Pi_{IV}$ .

La répartition du profit total dépend de  $F$ .

# Tarification en deux parties

## Conclusion

Si des contrats tarifaires non linéaires sont possibles, alors le contrat optimal avec séparation verticale est équivalent au contrat optimal avec intégration verticale

→ la **restriction verticale** (un contrat tarifaire non linéaire) permet de baisser le prix final, ce qui est bénéfique pour les consommateurs.

## Limite

- S'il y a de la concurrence entre détaillants, un tarif fixe n'est pas suffisant pour capturer l'ensemble du profit de monopole

## Autre alternative : prix maximum

Le détaillant pourrait aussi fixer un **prix maximum de vente au détail** (ou un quota de vente).

Si la firme U fixe un prix de détail maximum égal à  $p_{IV}$ , la firme D fixe son prix de détail... au maximum autorisé.

Le partage de surplus entre le producteur amont et le détaillant aval est alors déterminé par le prix de gros  $w$  :

- Si la firme amont a tout le pouvoir de marché, elle fixe

$$w = p_{IV} = \frac{a + c}{2}$$

- Si la firme aval a tout le pouvoir de marché, la firme amont (U) fixe  $w = c$

# Un exemple

## La solution de Blockbuster

- Avant 1998, aux EU, les distributeurs de vidéos vendaient les cassettes aux vidéostores à un prix fixe d'environ 65 à 70 \$
- Le vidéostore décidait alors de la quantité de cassettes et du prix de location
- Si pouvoir de marché : problème de double marginalisation
- Blockbuster introduisit un nouveau type de contrat : partage des revenus avec un taux de 40 à 60% et tarif fixe de 8 \$
- Mortimer a estimé que ce nouveau type de contrat (adoptés par d'autres) a conduit :
  - A une baisse du prix de location moyen de 4,64 \$ à 4,08 \$
  - A une augmentation du nombre de cassettes

# Le problème de free-riding

... ou **problème d'incitation à l'effort de vente**.

Il peut exister des **externalités horizontales** entre détaillants ou distributeurs qui peuvent entraîner un problème de **free-riding** (passager clandestin).

Externalités sur la qualité et le niveau de service proposé par les détaillants :

- Publicité par le détaillant
- Présence et formation de conseillers commerciaux
- Qualité de service
- Showrooms

Si ces services sont des biens publics, incitations très faibles à les fournir.

## Quelques exemples

Le développement d'Internet comme canal de commercialisation pose plusieurs problèmes de **free-riding**.

### Free-riding entre détaillants

- Un consommateur peut aller chercher du conseil et des explications à la Fnac
- puis acheter en ligne chez un discounter

### Free-riding entre producteur et détaillant

- Crainte des détaillants que les producteurs puissent se distribuer eux-mêmes sur Internet
- Mais si le free riding est un problème, le producteur a intérêt à l'éviter et donc de ne pas casser les prix

# Le problème de free-riding

- On considère par exemple un producteur en amont (U)
- Deux détaillants en aval : D1 et D2
- Chaque détaillant doit décider d'un niveau d'effort en services commerciaux :  $e_i$
- Les détaillants se font ensuite concurrence en prix (à la Bertrand)
- Les coûts marginaux amont et aval sont normalisés à 0

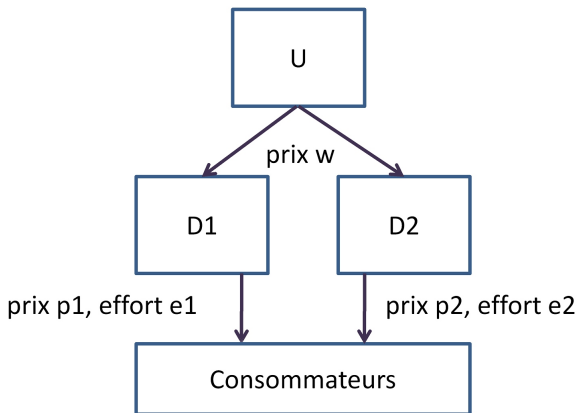
## Effet des efforts commerciaux sur la qualité perçue

Les efforts commerciaux augmentent la qualité perçue :

$$s = \underline{s} + e.$$

avec  $e = e_1 + e_2$  (effort commercial bien public).

# Le problème de free-riding





# Le problème de free-riding

Pour un détaillant, réaliser un effort en terme de service commercial est coûteux.

On suppose que le coût total du détaillant  $i$  s'écrit :

$$C(q, e_i) = wq + \frac{\mu e_i^2}{2},$$

avec  $\mu > 1$ .

La demande des consommateurs s'écrit :

$$q = (a + s) - p = (a + e) - p,$$

en supposant que  $\underline{s} = 0$ .

## Cas firmes séparées

### Equilibre sur le marché final

On a  $p_1 = p_2 = w$  et  $e_1 = e_2 = 0$ .

→ les détaillants ne peuvent pas fixer un prix au dessus de  $w$  (Bertrand) et ne peuvent donc pas récupérer le coût d'un effort commercial  $e_i > 0$

### Problème du producteur

- Le producteur anticipe l'équilibre du marché final
- Il maximise son profit

$$\max_w \Pi_U = (w - c)(a - w),$$

- On a donc

$$w = \frac{a + c}{2}.$$

## Cas firmes séparées

A l'équilibre, le surplus des producteurs ( $SP$ ), le surplus des consommateurs ( $SC$ ) et le welfare ( $W$ ) s'écrivent :

$$SP = \frac{(a - c)^2}{4},$$

$$SC = \int_w^a (a - x) dx = \frac{(a - c)^2}{8},$$

$$W = \frac{3(a - c)^2}{8}.$$

# Intégration verticale

## Problème d'une structure verticalement intégrée

Si U et D sont verticalement intégrées, le problème de la structure intégrée s'écrit

$$\max_{p, e_1, e_2} \Pi_{IV} = (p - c)(a + e_1 + e_2 - p) - \frac{\mu e_1^2}{2} - \frac{\mu e_2^2}{2}$$

On a trois conditions du premier ordre :

$$\frac{\partial \Pi_{IV}}{\partial p} = 0 \Rightarrow a + e_1 + e_2 - 2p + c = 0 \iff p = \frac{a + e + c}{2}$$

$$\frac{\partial \Pi_{IV}}{\partial e_1} = 0 \Rightarrow p - c - \mu e_1 = 0 \iff e_1 = \frac{p - c}{\mu}$$

$$\frac{\partial \Pi_{IV}}{\partial e_2} = 0 \Rightarrow p - c - \mu e_2 = 0 \iff e_2 = \frac{p - c}{\mu}$$

# Intégration verticale

La résolution des trois conditions du premier ordre donne le prix d'équilibre et l'effort optimal :

$$p_{IV} = \frac{\mu(a+c) - 2c}{2(\mu-1)}$$

$$e_1 = e_2 = e_{IV} = \frac{(a-c)}{2(\mu-1)}$$

On a :

$$SP_{IV} = \Pi_{IV} = \frac{\mu(a-c)^2}{4(\mu-1)}, \quad SC_{IV} = \frac{\mu^2(a-c)^2}{8(\mu-1)^2} \quad \text{et} \quad W_{IV} = \frac{\mu(3\mu-2)(a-c)^2}{8(\mu-1)^2}.$$

# Intégration verticale

Le surplus des firmes est plus élevé avec intégration verticale,

$$SP_{IV} > SP$$

et le welfare global également,

$$W_{IV} > W$$

même si les prix sont plus élevés avec intégration verticale,

$$p_{IV} > p$$

# Alternatives à l'intégration verticale

Sans intégration verticale, peut-on corriger cette “externalité horizontale” entre les détaillants (problème d'incitation à l'effort commercial) ?

La firme amont doit prendre des mesures pour réduire la concurrence en aval.

- Territoires exclusifs
- Prix de revente imposé

## Territoires exclusifs

Chaque détaillant sert un territoire exclusif.

Pendant, cette restriction verticale ne suffit pas : on ajoute un tarif fixe de franchise,  $F$ .

### Détermination de l'équilibre

- La qualité perçue dépend de la somme des efforts des deux détaillants
- Accord de territoire exclusif = chaque détaillant sert **la moitié** de la demande
- Le problème d'un détaillant (sur un territoire exclusif) est alors

$$\max_{p_i, e_i} \Pi_D = (p_i - c) \frac{(a + e_1 + e_2 - p_i)}{2} - \frac{\mu e_i^2}{2} - F.$$



## Territoires exclusifs

### Conditions du premier ordre

Les conditions du premier ordre s'écrivent :

$$\frac{\partial \Pi}{\partial e_i} = 0 \Rightarrow e_i = \frac{p_i - c}{2\mu}$$

$$\frac{\partial \Pi}{\partial p_i} = 0 \Rightarrow a + e_i + e_j - 2p_i + c = 0 \Rightarrow p_i = \frac{a + e + c}{2}$$

### Conclusions

- A niveau d'effort égal, même prix que dans le cas d'intégration verticale
- Mais les efforts commerciaux seront plus faibles
- Des territoires exclusifs améliorent donc les incitations à fournir des services, mais ne permettent pas d'atteindre une situation aussi efficace qu'avec une intégration verticale.

## Prix de revente imposé

Supposons que le producteur puisse fixer le prix de vente des détaillants : restriction verticale intitulée “prix de revente imposé” ou “resale price maintenance” (RPM).

Le producteur peut ainsi limiter l'intensité de la concurrence entre détaillants.

### Hypothèses

- Les détaillants sont contraints de fixer le prix de détail  $p_{IV}$
- Le tarif de gros est  $T(q) = wq + F$ , avec  $w < c$

### Problème du détaillant $i$

$$\max_{e_i} \Pi_D = (p_{IV} - w) \frac{(a + e_1 + e_2 - p_{IV})}{2} - \frac{\mu e_i^2}{2} - F.$$

## Prix de revente imposé

Condition du 1er ordre pour le détaillant  $i$

$$\frac{\partial \Pi}{\partial e_i} = 0 \Rightarrow \frac{p_{IV} - w}{2} - \mu e_i = 0 \Rightarrow e_i = \frac{p_{IV} - w}{2\mu}$$

Pour obtenir le niveau d'effort optimal, le producteur doit fixer  $w$  tel que

$$e_i = \frac{p_{IV} - w}{2\mu} = \frac{p_{IV} - c}{\mu} = \frac{(a - c)}{2(\mu - 1)}$$

En remplaçant  $p_{IV}$  par son expression, on trouve que le prix de gros optimal est

$$w = \frac{3\mu - 2c - \mu a}{2(\mu - 1)} < c.$$

# Prix de revente imposé

Le producteur fixe un prix unitaire en dessous des coûts ( $w < c$ )

- Une tarification au coût marginal ( $w = c$ ) ne serait pas suffisante pour inciter les détaillants à fournir des efforts optimaux
- C'est parce qu'ils ne prennent en compte que l'effet des efforts sur leur profit et pas sur le profit de la firme rivale (externalité horizontale)
- Fixer un tarif de gros très bas augmente l'incitation à fournir des efforts en terme de qualité de service
- La partie fixe du tarif de gros,  $F$ , peut être utilisée pour redistribuer ensuite les profits

## Prix de revente imposé

En pratique, les prix de revente imposés (PRI) sont interdits dans de nombreux pays :

- Au Canada, depuis 1951.
- Au Royaume-Uni, depuis 1965.
- Aux Etats-Unis, depuis 1976.

Cependant, avant l'interdiction, dans ces pays, les PRI étaient très largement utilisés.

Par exemple, au RU, 44% des dépenses des consommateurs concernaient des biens liés par un contrat de type PRI.

Mais il reste possible de fixer un prix "conseillé".

# Concurrence entre producteurs

## Définition

On parle de concurrence entre producteurs (ou concurrence intra-marque) lorsque plusieurs producteurs qui vendent leurs produits à des détaillants (ou des distributeurs) se font concurrence.

# Concurrence entre producteurs

## Pouvoir de marché des détaillants

- Supposons que ce sont les détaillants qui ont le pouvoir de marché.
- Les producteurs devraient alors fixer un prix de gros unitaire élevé et une partie fixe faible.
- Mais coût d'opportunité à vendre une marque plutôt qu'une autre élevé.
- Le tarif fixe peut alors être négatif : "slotting allowances".

## Externalités

- Il peut aussi exister des externalités entre producteurs.
- Par exemple, un constructeur automobile peut former ses vendeurs : une partie spécifique, une partie générique.
- Problème d'externalité / free-riding : distribution exclusive ?

# Concurrence entre producteurs

## Forclusion

- Un accord de distribution exclusive peut augmenter l'efficacité.
- Il peut servir aussi à augmenter le pouvoir de marché (exemple : accords de Coca-Cola et PepsiCo)

## Est-ce que les restrictions verticales peuvent favoriser la collusion ?

- Des restrictions verticales peuvent rendre plus facile la collusion entre producteurs.
- En effet, les prix de gros peuvent être difficilement observables.
- Les déviations sont donc repérées par les variations de prix de détail.
- Mais d'autres facteurs peuvent expliquer des variations sur les prix.
- Des restrictions verticales sur les prix (PRI) éliminent ces variations.



# Politique publique

L'analyse publique des restrictions verticales est compliquée par le fait que certaines clauses peuvent avoir à la fois des effets positifs et négatifs en termes d'efficacité.

Forte variation des politiques publiques dans le temps et entre les différentes juridictions.

## Etats-Unis :

- En 1967, la Cour Suprême déclare les restrictions verticales illégales *per se*.
- En 1977, elle statue que les restrictions verticales non tarifaires doivent être évaluées suivant la Règle de Raison (*Rule of Reason*)
- Depuis, tendance vers plus d'acceptation. Par exemple, en 1997, prix maximum déclarés légaux.

# Politique publique

## Europe :

- L'Article 101(1) interdit les restrictions verticales
- Cependant, l'article 101(3) accorde certaines exemptions lorsqu'il y a de bonnes raisons techniques ou économiques et que les consommateurs reçoivent une part juste du bénéfice.
- En 1967, exemption de bloc pour les territoires exclusifs et les accords de distribution exclusive.
- En 1988, exemption pour les accords de franchise.
- PRI illégal, mais des prix minimum ou maximum "recommandés" sont acceptables.

# L'exemple de Microsoft

## Cas Microsoft MS-DOS 1994

- Dans les années 80, Microsoft développa MS-DOS à la demande d'IBM pour ses PC.
- IBM n'imposa aucune clause d'exclusivité à MS et MS commença à proposer des licences à d'autres constructeurs
- Une concurrence commença à se développer. A la fin des années 90,
  - MS DOS 70%
  - PC DOS (IBM) : 18%
  - DR-DOS (DRI) : 12%
- MS réagit en imposant une contrainte verticale : tarif fixe ordinateur vendu qu'il inclue l'OS MS DOS ou un autre OS.
- En 1992, MS DOS avait augmenté sa part de marché à 81%

# Ce qu'il faut retenir (1)

- Les relations verticales concernent deux firmes qui se suivent dans la chaîne de la valeur.
- Les restrictions verticales sont des clauses dans le contrat de vente à une autre entreprise qui limitent le comportement de l'acheteur.
- Si un producteur et un détaillant ont du pouvoir de marché, ils vont fixer un tarif supérieur au coût, ce qui conduit à un tarif trop élevé dans la chaîne de valeur (problème de la double marginalisation, deux monopoles en chaîne sont pires qu'un monopole).
- La firme amont ne choisit pas nécessairement de recourir à une intégration verticale pour régler le problème de la double marge.
- Si des contrats non linéaires sont possibles, un contrat avec tarif binôme et séparation verticale est équivalent au contrat avec intégration verticale, ce qui solutionne le problème de la double marginalisation.

## Ce qu'il faut retenir (2)

- Il peut exister des externalités horizontales entre producteurs et détaillants qui peuvent entraîner un problème de "passager clandestin" (si le détaillant décide de l'effort de commercialisation du produit par exemple, il n'est pas forcément incité à fournir l'effort).
- Pour remédier au problème du free-riding, la firme amont doit prendre des mesures pour réduire la concurrence en aval (territoires exclusifs, resale maintenance).
- La concurrence entre producteurs désigne le fait que plusieurs producteurs se font concurrence pour vendre leurs produits à des détaillants qui se font concurrence.
- Les restrictions verticales sont interdites par l'article 101-1 du TFUE, mais l'article 101-3 accorde des exemptions lorsque cela bénéficie aux consommateurs, territoires exclusifs exemptés depuis 1967, accords de franchise exemptés depuis 1988. PRI illégal mais prix maximum recommandé possible.