

Cours d'Economie Industrielle 00

Introduction

Marc Bourreau Serge Pajak

Telecom ParisTech

Qu'est-ce que l'économie industrielle ?

- L'économie industrielle s'intéresse
 - au fonctionnement des marchés et des industries,
 - à la façon dont les firmes se font concurrence sur ces marchés.

Qu'est-ce que l'économie industrielle ?

- L'économie industrielle s'intéresse
 - au fonctionnement des marchés et des industries,
 - à la façon dont les firmes se font concurrence sur ces marchés.
- C'est aussi l'objet de la microéconomie, mais...
 - L'économie industrielle approfondit l'analyse de la concurrence entre firmes en mettant l'accent aussi sur les **variables non tarifaires** (stratégies de publicité, de différenciation, investissements en R&D...).
 - L'économie industrielle se concentre sur l'analyse des situations de "**concurrence imparfaite**", entre la vision utopique de la concurrence pure et parfaite et le contre-exemple du monopole.

Qu'est-ce que l'économie industrielle ?

- L'économie industrielle s'intéresse
 - au fonctionnement des marchés et des industries,
 - à la façon dont les firmes se font concurrence sur ces marchés.
- C'est aussi l'objet de la microéconomie, mais...
 - L'économie industrielle approfondit l'analyse de la concurrence entre firmes en mettant l'accent aussi sur les **variables non tarifaires** (stratégies de publicité, de différenciation, investissements en R&D...).
 - L'économie industrielle se concentre sur l'analyse des situations de "**concurrence imparfaite**", entre la vision utopique de la concurrence pure et parfaite et le contre-exemple du monopole.
- Double approche *positive* (explicative des faits) et *normative* (construction de théories, analyse du bien-être).

A quoi sert l'économie industrielle ?

A fournir des **outils d'analyse conceptuelle** pour analyser les marchés et les stratégies des firmes : comprendre, évaluer, anticiper

- Pour les entreprises et les cabinets de conseil en stratégie (ex : BCG, McKinsey) qui analysent et anticipent les comportements des entreprises sur les marchés.

A quoi sert l'économie industrielle ?

A fournir des **outils d'analyse conceptuelle** pour analyser les marchés et les stratégies des firmes : comprendre, évaluer, anticiper

- Pour les entreprises et les cabinets de conseil en stratégie (ex : BCG, McKinsey) qui analysent et anticipent les comportements des entreprises sur les marchés.
- Pour les autorités de régulation (ex : ARCEP) et les autorités de la concurrence (ex : l'Autorité de la concurrence) qui interviennent pour éviter les conséquences négatives auxquelles peut conduire le pouvoir de marché.

Le développement de l'économie industrielle

- A la fin du 19ème siècle, vote d'une loi "antitrust" (politique de la concurrence) aux Etats-Unis (Sherman Act de 1890)
 - Pour préserver la concurrence sur les marchés et lutter en particulier contre les ententes. La politique de la concurrence cherche aussi à lutter aussi contre les tentatives de "monopolisation" (ou d'abus de position dominante).
 - Ce qu'était une entente était clair, mais ce qui constituait une action illégale l'était moins : en 1920, la Cour Suprême innocente US Steels qui avait pris le contrôle de 70% des capacités de production.

Le développement de l'économie industrielle

- A la fin du 19ème siècle, vote d'une loi "antitrust" (politique de la concurrence) aux Etats-Unis (Sherman Act de 1890)
 - Pour préserver la concurrence sur les marchés et lutter en particulier contre les ententes. La politique de la concurrence cherche aussi à lutter aussi contre les tentatives de "monopolisation" (ou d'abus de position dominante).
 - Ce qu'était une entente était clair, mais ce qui constituait une action illégale l'était moins : en 1920, la Cour Suprême innocente US Steels qui avait pris le contrôle de 70% des capacités de production.
- Premiers développements de l'économie industrielle : **l'école de Harvard**
 - L'école de Harvard (Chamberlin, Mason, Bain...) se développe pour essayer de fournir des lignes directrices à la politique de la concurrence.
 - Elle cherche à déterminer si on peut inférer qu'un comportement est illégal à partir de certaines caractéristiques (ex : taille des entreprises)
 - → **Paradigme "SCP" : structure - comportement - performance**. La structure de marché (nb vendeurs, différenciation, coûts...) influence le comportement des entreprises (prix, investissements...), ce qui détermine la performance du marché (efficacité, variété...).

Le développement de l'économie industrielle

- Seconde vague dans les années 70 : l'école de Chicago
 - Dans les années 70, le paradigme SCP est remis en cause : pas de confirmation empirique concluante.
 - L'école de Chicago (Posner, Bork, Peltzman, Stigler...) se développe en réaction : approche comportement - performance - structure. Le mécanisme régulateur du marché est la libre concurrence entre les entreprises. Peu d'actions sur la structure...
 - Mais l'école de Chicago manque des outils nécessaires pour décrire les interactions stratégiques.

Le développement de l'économie industrielle

- Seconde vague dans les années 70 : **l'école de Chicago**
 - Dans les années 70, le paradigme SCP est remis en cause : pas de confirmation empirique concluante.
 - L'école de Chicago (Posner, Bork, Peltzman, Stigler...) se développe en réaction : approche comportement - performance - structure. Le mécanisme régulateur du marché est la libre concurrence entre les entreprises. Peu d'actions sur la structure...
 - Mais l'école de Chicago manque des outils nécessaires pour décrire les interactions stratégiques.
- L'économie industrielle depuis les années 80 : **"post-Chicago" ou "nouvelle économie industrielle"**
 - Analyse des conflits stratégiques entre les entreprises à l'aide de la théorie des jeux non coopératifs. Comportement, structure et performance s'influencent mutuellement.
 - Progrès dans deux domaines fondamentaux : comportements des acteurs en dynamique et étude des asymétries d'information.

Comment fait-on de l'économie industrielle ?

Joseph Schumpeter, *History of Economic Analysis*, 1954

"What distinguishes the scientific economic analyst from other people who think, talk and write about economic topics, is a command of three main techniques: history, statistics and theory - theory being defined as "box of tools" or a set of models that permit one to deal analytically with broad classes of cases by focussing on certain properties or aspects they have in common".



Comment fait-on de l'économie industrielle ?

Joseph Schumpeter, *History of Economic Analysis*, 1954

"What distinguishes the scientific economic analyst from other people who think, talk and write about economic topics, is a command of three main techniques: history, statistics and theory - theory being defined as "box of tools" or a set of models that permit one to deal analytically with broad classes of cases by focussing on certain properties or aspects they have in common".



Comment fait-on de l'économie industrielle ?

Joseph Schumpeter, *History of Economic Analysis*, 1954

"What distinguishes the scientific economic analyst from other people who think, talk and write about economic topics, is a command of three main techniques: history, statistics and theory - theory being defined as "box of tools" or a set of models that permit one to deal analytically with broad classes of cases by focussing on certain properties or aspects they have in common".



→ En économie industrielle, on développe des **modèles** assez généraux et simples, pour qu'ils puissent s'appliquer pour analyser une **grande variété** de cas.

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

Le contexte

Décision de supprimer progressivement la publicité sur les chaînes publiques et de financer la télévision publique par une taxe sur le CA des FAI et des chaînes privées.

- Après l'annonce faite par Nicolas Sarkozy le 8 janvier 2008, les cours de bourse de TF1 et de M6 s'étaient envolés, de 10% et 4,5% respectivement. Cette envolée était-elle justifiée ?

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

Le contexte

Décision de supprimer progressivement la publicité sur les chaînes publiques et de financer la télévision publique par une taxe sur le CA des FAI et des chaînes privées.

- Après l'annonce faite par Nicolas Sarkozy le 8 janvier 2008, les cours de bourse de TF1 et de M6 s'étaient envolés, de 10% et 4,5% respectivement. Cette envolée était-elle justifiée ?
- Pour la presse d'alors, TF1 et M6 allaient se partager les 800 millions d'euros environ de recettes publicitaires de France Télévision :

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

Le contexte

Décision de supprimer progressivement la publicité sur les chaînes publiques et de financer la télévision publique par une taxe sur le CA des FAI et des chaînes privées.

- Après l'annonce faite par Nicolas Sarkozy le 8 janvier 2008, les cours de bourse de TF1 et de M6 s'étaient envolés, de 10% et 4,5% respectivement. **Cette envolée était-elle justifiée ?**
- Pour la presse d'alors, TF1 et M6 allaient se partager les 800 millions d'euros environ de recettes publicitaires de France Télévision :
- *"L'effet d'aubaine de cette éventuelle réforme pour les deux chaînes privées n'a échappé à personne. Elles récupéreraient, dans ce cas, une bonne part des recettes publicitaires engrangées par France Télévisions - 760 millions d'euros en 2007"* (Le Monde du 9 janvier 2008).

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

A votre avis...

Est-ce une bonne analyse de l'économie du marché de la télévision ?

- Quels pourraient être les effets de la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique ?

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

A votre avis...

Est-ce une bonne analyse de l'économie du marché de la télévision ?

- Quels pourraient être les effets de la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique ?
 - D'autres chaînes pourraient attirer les annonceurs ? TNT...

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

A votre avis...

Est-ce une bonne analyse de l'économie du marché de la télévision ?

- Quels pourraient être les effets de la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique ?
 - D'autres chaînes pourraient attirer les annonceurs ? TNT...
 - D'autres supports médias ? Presse ? Internet ?

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

A votre avis...

Est-ce une bonne analyse de l'économie du marché de la télévision ?

- Quels pourraient être les effets de la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique ?
 - D'autres chaînes pourraient attirer les annonceurs ? TNT...
 - D'autres supports médias ? Presse ? Internet ?
 - Effet sur le prix d'un espace publicitaire ?

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

A votre avis...

Est-ce une bonne analyse de l'économie du marché de la télévision ?

- Quels pourraient être les effets de la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique ?
 - D'autres chaînes pourraient attirer les annonceurs ? TNT...
 - D'autres supports médias ? Presse ? Internet ?
 - Effet sur le prix d'un espace publicitaire ?
 - Prise en compte des "contraintes de capacité" (espaces publicitaires limités) ?

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

A votre avis...

Est-ce une bonne analyse de l'économie du marché de la télévision ?

- Quels pourraient être les effets de la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique ?
 - D'autres chaînes pourraient attirer les annonceurs ? TNT...
 - D'autres supports médias ? Presse ? Internet ?
 - Effet sur le prix d'un espace publicitaire ?
 - Prise en compte des "contraintes de capacité" (espaces publicitaires limités) ?
 - Effet de la suppression de la publicité sur l'audience du service public ?

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

A votre avis...

Est-ce une bonne analyse de l'économie du marché de la télévision ?

- Quels pourraient être les effets de la suppression de la publicité sur les chaînes de télévision publique ?
 - D'autres chaînes pourraient attirer les annonceurs ? TNT...
 - D'autres supports médias ? Presse ? Internet ?
 - Effet sur le prix d'un espace publicitaire ?
 - Prise en compte des "contraintes de capacité" (espaces publicitaires limités) ?
 - Effet de la suppression de la publicité sur l'audience du service public ?
- → L'économie industrielle fournit **des outils** qui permettent d'analyser ce type de question : modèles de concurrence, de réaction stratégique, etc.

Un premier exemple : la publicité sur les chaînes publiques

Un "effet d'aubaine" ?

	112 jours après la réforme	301 jours après la réforme
TF1	-15%	-2%
M6	-7%	+2%
Radios généralistes	+9%	+11%
Radios FM	+4%	+5%
Presse quotidienne	+9%	+6%

Tableau 3 : Evolution du chiffre d'affaires publicitaires de différents médias 112 jours et 301 jours après la réforme³⁰

Un second exemple : la 4ème licence mobile

Le contexte

Une quatrième licence mobile a été attribuée à Free en décembre 2009.

- L'entrée d'un quatrième opérateur est vu comme une bonne chose pour stimuler la concurrence sur le marché des mobiles, un marché souvent considéré comme "peu dynamique".

Un second exemple : la 4ème licence mobile

Le contexte

Une quatrième licence mobile a été attribuée à Free en décembre 2009.

- L'entrée d'un quatrième opérateur est vu comme une bonne chose pour stimuler la concurrence sur le marché des mobiles, un marché souvent considéré comme "peu dynamique".
- Mais ce quatrième entrant partira en retard par rapport aux 3 premiers

Un second exemple : la 4ème licence mobile

Le contexte

Une quatrième licence mobile a été attribuée à Free en décembre 2009.

- L'entrée d'un quatrième opérateur est vu comme une bonne chose pour stimuler la concurrence sur le marché des mobiles, un marché souvent considéré comme "peu dynamique".
- Mais ce quatrième entrant partira en retard par rapport aux 3 premiers
 - Investissements nécessaires...

Un second exemple : la 4ème licence mobile

Le contexte

Une quatrième licence mobile a été attribuée à Free en décembre 2009.

- L'entrée d'un quatrième opérateur est vu comme une bonne chose pour stimuler la concurrence sur le marché des mobiles, un marché souvent considéré comme "peu dynamique".
- Mais ce quatrième entrant partira en retard par rapport aux 3 premiers
 - Investissements nécessaires...
 - Réactions des 3 premiers opérateurs pour ralentir le développement de ce quatrième entrant ?

Un second exemple : la 4ème licence mobile

Le contexte

Une quatrième licence mobile a été attribuée à Free en décembre 2009.

- L'entrée d'un quatrième opérateur est vu comme une bonne chose pour stimuler la concurrence sur le marché des mobiles, un marché souvent considéré comme "peu dynamique".
- Mais ce quatrième entrant partira en retard par rapport aux 3 premiers
 - Investissements nécessaires...
 - Réactions des 3 premiers opérateurs pour ralentir le développement de ce quatrième entrant ?
- → En Economie Industrielle, on considère **d'autres dimensions dans la concurrence** que le prix : les investissements en capitaux, en R&D, ...

Un second exemple : la 4ème licence mobile

Le contexte

Une quatrième licence mobile a été attribuée à Free en décembre 2009.

- L'entrée d'un quatrième opérateur est vu comme une bonne chose pour stimuler la concurrence sur le marché des mobiles, un marché souvent considéré comme "peu dynamique".
- Mais ce quatrième entrant partira en retard par rapport aux 3 premiers
 - Investissements nécessaires...
 - Réactions des 3 premiers opérateurs pour ralentir le développement de ce quatrième entrant ?
- → En Economie Industrielle, on considère **d'autres dimensions dans la concurrence** que le prix : les investissements en capitaux, en R&D, ...
- Pour "stimuler la concurrence", on laisse se construire un 4ème réseau : **Cette duplication des équipements est-elle souhaitable ?**

Un second exemple : la 4ème licence mobile

Le contexte

Une quatrième licence mobile a été attribuée à Free en décembre 2009.

- L'entrée d'un quatrième opérateur est vu comme une bonne chose pour stimuler la concurrence sur le marché des mobiles, un marché souvent considéré comme "peu dynamique".
- Mais ce quatrième entrant partira en retard par rapport aux 3 premiers
 - Investissements nécessaires...
 - Réactions des 3 premiers opérateurs pour ralentir le développement de ce quatrième entrant ?
- → En Economie Industrielle, on considère **d'autres dimensions dans la concurrence** que le prix : les investissements en capitaux, en R&D, ...
- Pour "stimuler la concurrence", on laisse se construire un 4ème réseau : **Cette duplication des équipements est-elle souhaitable ?**
- → **Le critère d'efficacité** : le bien-être social (ou welfare)

- **Partie 1** : du monopole à l'oligopole
 - Le monopole, la régulation du monopole, la discrimination par les prix
 - L'oligopole
 - La collusion

Structure du cours

- **Partie 1** : du monopole à l'oligopole
 - Le monopole, la régulation du monopole, la discrimination par les prix
 - L'oligopole
 - La collusion
- **Partie 2** : les comportements stratégiques
 - Différenciation et publicité
 - Structure de marché et pouvoir de marché
 - Comportements stratégiques, entrée, sortie
 - Relations verticales et intégration verticale
 - Concurrence et technologie (R&D, réseaux et standards, etc.)

Dates des séances

- Six séances :
 - Aujourd'hui : Monopole et discrimination par les prix
 - Vendredi 7 janvier : L'oligopole
 - Lundi 10 janvier : La collusion
 - Vendredi 14 janvier : Différenciation et publicité
 - Mercredi 19 janvier : Structure de marché, pouvoir de marché
 - Vendredi 21 janvier : Comportements stratégiques, entrée, sortie
 - Mercredi 26 janvier : Conférence (Laurent Flochel, Charles Rivers Associates)
 - Vendredi 28 janvier : Les relations verticales
 - Mercredi 2 février : R&D, réseaux et standards

Evaluation et suivi

Evaluation

- Note d'économie industrielle : examen final (9 février).
- Capacité à utiliser les concepts de l'économie industrielle pour analyser un problème.
- Capacité à résoudre un problème de modélisation simple.

Suivi

- Syllabus
- Transparents : disponibles au fur et à mesure sur le site pédagogique EcoStrat (sur Eole).
- Pour envoyer un mail (questions sur le cours) :
 - Marc Bourreau : marc.bourreau@telecom-paristech.fr
 - Serge Pajak : serge.pajak@telecom-paristech.fr

Bibliographie indicative

- Un bon ouvrage d'introduction : Cabral, 2000, Introduction to Industrial Organization, MIT Press.
- Ouvrage de référence : Tirole, 1988, Théorie de l'organisation industrielle, Economica (2 tomes).
- Un ouvrage avancé plus récent : Belleflamme et Peitz, 2010, Industrial Organization: Markets and Strategies, Cambridge Univ. Press.
- Un ouvrage de référence sur la politique de la concurrence : Motta, 2004, Competition Policy: Theory and Practice, Cambridge Univ. Press.
- Repères "La politique de la concurrence", Emmanuel Combe, 2008.