

ROYAUME DU MAROC
LE PREMIER MINISTRE
CONSEIL DE LA CONCURRENCE

FONDEMENTS D'UNE PRAGMATIQUE DE LA CONCURRENCE AU MAROC

NOTE D'ORIENTATION

Noureddine El Aoufi et Michel Hollard

Mai 2010

TABLE DES MATIERES

RÉSUMÉ

1. L'HYPOTHÈSE DE LA CONCURRENCE

2. POUR UNE PRAGMATIQUE DE LA CONCURRENCE

3. UNE MISE EN PERSPECTIVE THÉORIQUE ET HISTORIQUE

- 3.1. La recherche de la stabilité
- 3.2. Le pouvoir de marché est *a priori* défavorable aux consommateurs.
- 3.3. La concentration n'est pas défavorable au consommateur si les marchés sont contestables
- 3.4. Surplus total ou surplus du consommateur ?
- 3.5 Les concentrations sont parfois favorables à l'innovation et à la compétitivité internationale
- 3.6. Où la loi en faveur de la concurrence peut entraver la concurrence
- 3.7. La concurrence comme jeux non coopératifs

4. LA CONCURRENCE N'EST PAS SOLUBLE DANS LE SPÉCIFIQUE

- 4.1. Repenser le concept de concurrence en référence à la réalité marocaine
- 4.2. Une nette évolution du rôle de l'Etat et du secteur privé
- 4.3. La concurrence doit réduire les positions de rente et préserver les situations de coopération
- 4.4. La concurrence doit favoriser le développement économique et le progrès social
- 4.5. Caractériser et hiérarchiser les champs d'application des règles de la concurrence
- 4.6. Faire de la concurrence un dispositif d'intégration de l'informel.
 - 4.6.1. La mauvaise concurrence chasse la bonne.
 - 4.6.2. Restructurer l'informel vivrier et lutter contre l'informel déloyal
 - 4.6.3. Intégrer l'informel par les règles de la concurrence
- 4.7. Décliner la politique de la concurrence d'abord dans le secteur des PME
- 4.8. Privilégier dans la distribution les « règles de raison structurées »
- 4.9. Les grands groupes sont-ils capables de soutenir la compétitivité et l'innovation ?
- 4.10. Contrôler de façon prospective les concentrations

5. CONJUGUER CONCURRENCE ET COOPÉRATION

- 5.1. La confiance est nécessaire à la concurrence
- 5.2. La concurrence suppose l'information sur la qualité des produits
- 5.3. La coopération et la concurrence sont complémentaires en matière d'innovation

6. CONCURRENCE ET COMPÉTITIVITÉ : LA CONCURRENCE OPTIMALE N'EST PAS LA CONCURRENCE MAXIMALE

- 6.1. Aller vers des règles de raison
- 6.2. Prendre en compte l'ensemble de la filière de production
- 6.3. Lever les obstacles à l'entrée dans les différentes branches

7. VERS UNE AUTORITÉ DE LA RÉGULATION

- 7.1. Réaménager l'infrastructure institutionnelle de la concurrence
 - 7.1.1. Elever la Conseil de la concurrence au statut d'Autorité autonome
 - 7.1.2. Doter l'Autorité du pouvoir de décision et du droit d'auto saisine
 - 7.1.3. Reconnaître à l'Autorité le droit d'enquête et d'investigation

- 7.1.4. Redéfinir les liens institutionnels entre l'Autorité et le gouvernement
- 7.1.5. Etablir une complémentarité plus étroite en matière de régulation
- 7.2. Asseoir la légitimité de l'Autorité sur la crédibilité et l'efficacité
 - 7.2.1. Développer une compétence de haut niveau en matière d'expertise et d'analyse
 - 7.2.2. Forger la réputation de l'Autorité sur une base d'indépendance et d'impartialité
 - 7.2.3. Adopter une démarche pragmatique, à la fois interprétative et compréhensive
 - 7.2.4. Mobiliser les intervenants et obtenir l'adhésion à grande échelle des acteurs

8. ETABLIR UN SYSTÈME D'INDICATEURS ET D'INFORMATION APPROPRIÉ

- 8.1. Tenir compte des objectifs du développement
- 8.2. Privilégier une évaluation de type comportemental de la domination.
- 8.3. Articuler indicateurs généraux et enquêtes spécifiques.

9. ELABORER UN GUIDELINES EVOLUANT AVEC L'APRENTISSAGE DE LA CONCURRENCE

TABLE DES ENCADRÉS, FIGURES, GRAPHIQUES ET TABLEAUX

- Encadré 1. Brève chronologie des lois sur la concurrence
- Encadré 2. La nature composite de la société marocaine
- Encadré 3. Méthodes d'analyse économique
- Encadré 4. Concurrence et efficacité économique
- Encadré 5. Sur l'incitation à innover
- Encadré 6. Indicateurs de la concurrence effective

Figure 1. Approche structuraliste

Figure 2. Champs de la concurrence

Graphique 1. Liens entre innovation et concurrence

Tableau 1. Structure des dépenses des ménages

Tableau 2. Présomption de dominance selon les pays

Tableau 3. Degré de concentration dans les branches manufacturières

Tableau 4. Etat de la concurrence dans des secteurs particuliers de l'industrie manufacturière

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

GLOSSAIRE

INDICATEURS

RÉSUMÉ

- 1.** La concurrence est une « construction » prenant appui non seulement sur les exigences d'efficacité économique mais également sur l'état de la société, la nature de ses institutions, de ses ressources culturelles. Une approche pragmatique de la construction de la concurrence implique, par conséquent, une prise en compte des intérêts en présence, une gestion des risques que peuvent comporter la mise en œuvre brutale de la politique de la concurrence et le passage en force de ses règles.
- 2.** Les dates fondatrices des politiques de concurrence sont 1889 (adoption de la loi relative aux enquêtes sur les coalitions au Canada) et surtout 1890 (*Sherman Act* aux Etats-Unis). Mais, en fait, ce n'est qu'après la fin de la Deuxième Guerre mondiale que ces politiques se répandent véritablement dans les pays industrialisés.
- 3.** Le premier motif d'intervention de l'Etat dans les processus de concurrence a été souvent qualifié de populiste : il s'agissait de défendre le point de vue des « petits » par rapport aux « gros ». Il s'agit plus de l'application d'un choix initial en faveur d'une économie de marché que de la mise en œuvre d'un choix économiquement justifié.
- 4.** La question de la concurrence va être l'objet de très nombreux travaux dans les années qui suivent. Celles-ci sont marquées par la concentration des entreprises capitalistes dans un contexte de confrontation avec le système communiste d'économie planifiée. Dans les années récentes, l'accent a été mis sur les problèmes d'information et, avec la théorie des jeux, sur l'importance des interactions stratégiques entre entreprises. Parmi les principaux apports théoriques, on peut citer la théorie des marchés contestables qui montre que la présence de monopoles peut être compatible avec un prix identique à celui de la concurrence parfaite ainsi que les discussions sur l'alternative surplus total ou surplus du consommateur, la prise en compte des coûts de transaction internes et externes aux entreprises.
- 5.** Un débat plus récent porte sur le traitement de l'innovation avec la question des brevets. Nous n'avons en fait aujourd'hui aucune théorie qui permette d'appréhender de façon synthétique la dynamique de la concurrence, qui mêle inextricablement les dimensions du prix, de la différenciation de produits, de la construction de capacités et de l'innovation de produits ou de procédés et la logique de l'entrée.
- 6.** Il est donc d'autant plus nécessaire de repenser le concept de concurrence en référence à la réalité marocaine. La nature composite de la société marocaine et la dynamique particulière des rapports entre l'Etat et le secteur privé constituent deux des spécificités marquantes de l'économie marocaine.
- 7.** La concurrence doit réduire les positions de rente et préserver les situations de coopération. Le type traditionnel, ou domestique, qui continue à caractériser, dans une large mesure, les rapports sociaux au Maroc n'est pas à condamner dans sa globalité.
- 8.** Toutefois, si l'ancrage des règles et des normes de la concurrence au sein de l'économie constitue le moyen le plus efficace pour faire reculer l'économie de rente dans notre pays, l'extension du champ de la concurrence ne doit pas, pour autant, se faire au désavantage des jeux

coopératifs et conduire, à terme, à la dissolution du secteur coopératif et/ou solidaire dans l'agriculture, l'artisanat, les services, etc.

9. Une politique de la concurrence suppose comme préalable une connaissance approfondie des structures sectorielles et territoriales de l'économie nationale, des modes de fonctionnement du système productif et d'échange, de ses performances et de la nature de ses contraintes et limites.

10. Elle n'a de sens qu'en l'absence de concurrence déloyale, entre des entreprises soumises aux mêmes contraintes de fiscalité et de rémunérations du travail, d'accès au crédit, d'accès aux marchés, de respect du droit de la propriété intellectuelle. Elle suppose le respect des normes de protection des consommateurs. Ceci pose la question de l'intégration de l'informel par les règles de la concurrence.

11. Le rapport préconise de décliner la politique de la concurrence d'abord dans le secteur des PME essentielles dans le développement d'une économie marocaine dynamique.

12. Les grands groupes occupent des positions différenciées. Certains peuvent être de véritables « champions nationaux » à condition de soutenir la compétitivité externe et de promouvoir l'innovation. Pour être crédible, l'action de l'Autorité doit montrer qu'elle est indépendante des pouvoirs en place et, par conséquent, être en mesure de contrôler *ex ante* les principales concentrations, même si elles sont le fait de groupes disposant d'un pouvoir financier, voire politique important.

13. La mise en œuvre des règles de la concurrence peut suivre un processus ascendant et cumulatif allant des espaces concurrentiels (PME) vers les espaces plus ou moins oligopolistiques (grandes entreprises et groupes), le développement *extensif* (diffusion des règles à grande échelle) devant donner lieu, de proche en proche, à une implémentation *intensive* et en profondeur du régime de la concurrence à l'échelle de l'ensemble de l'économie.

14. Le rapport insiste sur la nécessité de conjuguer concurrence et coopération et présente les acquis récents de l'analyse économique dans ce domaine. Ces développements mettent en évidence la portée d'une démarche raisonnée visant à promouvoir une modalité *optimale* plutôt que *maximale* de la concurrence, prenant en compte quatre dimensions essentielles: nature des marchés et formation des prix, environnement social des échanges, organisation et fonctionnement des filières, incitation à l'innovation.

15. On peut constater ainsi que la concurrence optimale n'est pas la concurrence maximale. Il faut donc arbitrer entre concurrence et efficacité (y compris compétitivité sur les marchés extérieurs) et aller vers des « règles de raison », en prenant en compte l'ensemble de la filière de production.

16. Un point essentiel est de lever les obstacles à l'entrée dans les différentes branches de manière à favoriser l'innovation dans les secteurs d'avenir (informatique, santé, mode, etc.).

17. Le rapport s'interroge sur les moyens de doter le Maroc d'une véritable autorité de la régulation disposant d'un pouvoir décisionnel et d'une fonction arbitrale, autorité entretenant des relations étroites avec les autres institutions compétentes (direction des prix et de la concurrence, justice, agences de régulation, en particulier)

18. La crédibilité d'une telle autorité passe par le développement d'une compétence de haut niveau en matière d'expertise et d'analyse et d'une réputation d'indépendance et d'impartialité sans faille.

19. Il y aura des gagnants et des perdants dans la mise en œuvre du régime de la concurrence, ce qui suppose une approche compréhensive de l'Autorité s'appuyant cependant résolument sur ses alliés naturels que peuvent être dès maintenant ou dans le futur les associations de défense des consommateurs, les ONG, les syndicats, les organisations professionnelles des petites entreprises, les médias et, au-delà, l'opinion publique et l'ensemble des citoyens.

20. La nature d'un système d'indicateurs et d'information appropriés est discutée de manière précise dans le rapport à partir des travaux récents portant sur le Maroc et les principaux pays émergents. L'objectif étant de dessiner progressivement la voie d'une articulation positive entre politique de concurrence et politique nationale de développement.

21. Pour les auteurs, il s'agit avant tout de poursuivre le processus d'apprentissage engagé, car c'est au vu des premières actions entreprises et de leur évaluation rigoureuse que pourront progressivement s'élaborer des lignes d'action permettant au Conseil (ou Autorité) de la concurrence de faire connaître largement les règles qu'il s'est donné.

« Si le capital nécessaire pour le commerce des biens de consommation d'une ville est divisé entre deux épiciers différents, leur concurrence les amènera à vendre, chacun moins cher que s'il avait été réuni dans le marché d'un seul, et s'il avait été divisé entre vingt, leur concurrence en serait d'autant plus forte et la probabilité qu'ils s'entendent d'autant plus faible. »

Adam Smith, *Recherche sur la nature et les causes de la richesse des nations* (1776)

« Sur le grand échiquier de la vie humaine, chaque pièce a un principe de mouvement propre, entièrement différent de celui que le législateur choisit de lui imprimer. Si ces deux principes coïncident et agissent dans le même sens, le jeu de la société humaine se déroule sans difficulté et dans l'harmonie, il a de grandes chances d'être heureux et réussi. S'ils sont opposés ou différents, le jeu se déroule lamentablement et la société est toujours désordonnée au plus haut point. »

Adam Smith, *La théorie des sentiments moraux* (1759)

1. L'HYPOTHÈSE DE LA CONCURRENCE¹. On suggère, d'entrée de jeu, l'hypothèse que la concurrence, au Maroc comme ailleurs, est une « construction » prenant appui non seulement sur les exigences d'efficacité économique mais également sur l'état de la société, la nature de ses institutions, de ses ressources culturelles, etc.

Elle ne doit pas être laissée, dès lors, à « l'état de nature » sous peine de générer des situations extrêmes de « guerre de tous contre tous » et de contribuer ainsi, paradoxalement, par ses effets à « tuer la concurrence ».

Dans cette optique, le processus de construction de la concurrence, dont la conduite et la mise en œuvre incombent principalement à l'État, ne peut être qu'un processus long, graduel et transitionnel. Mettant en jeu des intérêts asymétriques, des positions acquises de monopole ou de quasi-monopole, voire des situations de rente bien installées, l'assomption des règles de la concurrence par les agents économiques, et au-delà par les acteurs sociaux et politiques, ne va pas de soi. Loin s'en faut. Une approche pragmatique de la construction de la concurrence implique, par conséquent, une prise en compte des intérêts en présence, une gestion des risques que peuvent comporter la mise en œuvre brutale de la politique de la concurrence et le passage en force de ses règles.

Si l'adhésion des parties prenantes aux règles de la concurrence s'avère indispensable à la traduction de la loi en règles, en dispositifs, en routines et en pratiques partagées par l'ensemble des agents économiques, il n'en demeure pas moins que le consensus politique, social et culturel sur les principes devant fonder le « modèle » à mettre en place constitue une condition *sine qua non*, un passage obligé. Dans la situation particulière du Maroc, la « transition démocratique » à l'œuvre impose, en l'occurrence, une démarche consensuelle, mais non moins institutionnelle,

¹ Nous tenons à remercier les personnes qui nous ont aidés par leurs conseils pour la rédaction de ce rapport, notamment les lecteurs anonymes d'une première version, désignés par le Conseil de la Concurrence ainsi que Mohamed Drissi Alami Machichi, Eric Avenel, Rachid Baïna, Rolande Borrelly, David Encaoua, Roger Guesnerie, Ramon Tortajada. Nous restons bien évidemment les seuls responsables du contenu final de cette note.

dans l'élaboration des arrangements et des compromis entre l'Etat, les agents économiques (entreprises, organisations professionnelles), les acteurs politiques (partis politiques), sociaux (syndicats), les différentes composantes de la société civile.

L'effet exercé par la concurrence étant un « effet sociétal », de nature structurante, au-delà des changements induits sur les modes de coordination de l'économie et sur les fonctionnements à la fois micro et macro-économiques, ce sont les comportements individuels et collectifs qui en sont affectés, la configuration sociale qui s'en trouve impactée, transformée.

2. POUR UNE PRAGMATIQUE DE LA CONCURRENCE. Dans le prolongement de cette hypothèse générale, on plaide pour une réappropriation du concept de la concurrence en référence à une triple perspective :

(i) Un retour d'abord, sur la théorie économique de la concurrence eu égard à la fois aux avancées de la recherche et aux évolutions récentes de l'économie au niveau international.

(ii) Une mise en perspective historique, ensuite, de la politique de concurrence au Maroc, de ses institutions, de ses limites, des conditions de son implémentation.

(iii) L'élaboration, enfin, des linéaments d'une « pragmatique de la concurrence » tirée par l'impératif de l'apprentissage, par notre pays, des normes internationales en vigueur (OMC, Union européenne) et par le principe de « précaution » qui doit préserver l'équilibre au niveau politique, social et culturel.

Par « pragmatique de la concurrence » on entend deux choses :

- Il s'agit, d'une part, de définir les contours - ou les frontières - d'une configuration de la concurrence au Maroc pouvant constituer une base doctrinale à une politique appropriée, cohérente et évolutionnaire, tenant compte des dynamiques économiques, des enjeux de la mondialisation et des exigences d'équilibre social. Transcendant les choix de politique économique proprement dite et leur effets sur le jeu concurrentiel, le Conseil de la concurrence a pour mission, de manière compatible avec l'orientation gouvernementale, de contribuer à la définition d'un référentiel commun ainsi qu'à l'échafaudage d'un socle de règles à même de favoriser le jeu concurrentiel et d'anticiper les abus de position dominante et les comportements anticoncurrentiels.

- Il s'agit, d'autre part, de formuler les *principes* ou les *guidelines* (lignes directrices) devant présider à une politique de concurrence réaliste, susceptible d'être mise en œuvre et de faire l'objet d'un « compromis institutionnalisé » entre les parties prenantes. Le registre pragmatique privilégie la rationalité procédurale comme démarche permettant de traduire les principes de la politique de concurrence et ses lignes directrices en pratiques prévalentes et en comportements réels.

3. UNE MISE EN PERSPECTIVE THÉORIQUE ET HISTORIQUE. Une pragmatique de la concurrence doit procéder d'une mise en perspective historique de la théorie économique, de la théorie de l'équilibre général décrivant une situation idéal-typique de concurrence pure et parfaite aux avancées les plus récentes mettant en évidence une nouvelle conceptualisation.

On sait que les dates considérées comme fondatrices des politiques de concurrence sont 1889 (adoption de la loi relative aux enquêtes sur les coalitions au Canada) et surtout 1890 (*Sherman Act* aux Etats-Unis). Mais, en fait, ce n'est qu'après la fin de la deuxième guerre mondiale que ces

politiques se répandent véritablement dans les pays industrialisés (Combe, 2005 ; Encaoua et Guesnerie 2006 ; Combe, 2008).

Le premier motif d'intervention de l'Etat dans les processus de concurrence a été souvent qualifié de populiste : il s'agissait de défendre le point de vue des « petits » par rapport aux « gros ». Les partisans du *Sherman Act* sont à la fois ceux qui souffrent de l'efficacité des entreprises industrielles de grande taille et ceux qui craignent l'accroissement du pouvoir économique et politique des grandes firmes. Les justifications initiales ne sont pas économiques : les décisions sont avant tout justifiées par des arguments juridiques. Il s'agit plus de l'application d'un choix initial en faveur d'une économie de marché que de la mise en œuvre d'un choix économiquement justifié.

La question de la concurrence va être l'objet de très nombreux travaux dans les années qui suivent. Celles-ci sont marquées par la concentration des entreprises capitalistes dans un contexte de confrontation avec le système communiste d'économie planifiée. Dans les années récentes, l'accent a été mis sur les problèmes d'information et, avec la théorie des jeux sur l'importance des interactions stratégiques entre entreprises.

3.1. A l'origine, la recherche de la stabilité. Dans les années de l'entre deux-guerres un débat est engagé sur le rôle de l'État dans l'économie. En 1928, Bertrand de Jouvenel publie *l'Economie dirigée*, ouvrage dans lequel il recherche une troisième voie entre le communisme et le capitalisme. En 1934, H. Von Stackelberg propose dans son ouvrage sur *les formes de marché et l'équilibre* la typologie bien connue des marchés en fonction du nombre d'offreurs et de demandeurs (monopole, oligopole, monopsonne, oligopsonne, monopole bilatéral). Cette dernière forme de marché lui paraît du reste celle vers laquelle conduit l'évolution du capitalisme et elle est, fondamentalement, instable. Le remède qu'il propose alors est une procédure d'arbitrage conduite par l'Etat, selon le modèle fasciste italien.

La tendance à la concentration des entreprises apparaît comme une donnée inéluctable pour de nombreux économistes de cette période (Chamberlin, Robinson, Sraffa, Schumpeter, etc.) en raison des économies d'échelle réalisées par les grandes firmes. La question principale qui est posée est alors surtout celle de la stabilité de l'emploi et de la gestion des monnaies dont la *Théorie générale* (1936) de J.-M. Keynes fournit une théorisation permettant de comprendre l'effet des politiques interventionnistes de Roosevelt aux USA comme de Schacht en Allemagne.

Cette période, marquée par la crise de 1929, est aussi celle où naissent les propositions « planistes ». Le groupe X-crise en France en est une illustration et ses réflexions trouveront des prolongements après la guerre avec les travaux des ingénieurs-économistes sur la planification, les choix d'investissement, la tarification des entreprises publiques. Il n'est sans doute pas inutile, même si la crise actuelle est très différente de celle de 1929, de rappeler cette période évidemment marquée par la crise économique et ses conséquences.

Encadré 1. Brève chronologie des lois sur la concurrence

1889 — Adoption de la *Loi relative aux enquêtes sur les coalitions* (Canada)

1890 — Adoption de la *Sherman Antitrust Act* (États-Unis)

1911 — La Standard Oil et l'American Tobacco Co. se scindent en vertu de la *Sherman Antitrust*

Act

1914 — Adoption de la *Clayton Antitrust Act* (États-Unis)

1915 — Formation de la Federal Trade Commission (États-Unis)

1957 — Signature du *Traité de Rome* (Communauté économique européenne)

1976 — Enquête sur des activités antitrust dans le cadre de fusions, en vertu de la *Hart-Scott-Rodino Antitrust Improvement Act* (États-Unis)

1980 — La Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement adopte un ensemble de politiques pour s'attaquer aux pratiques commerciales restrictives

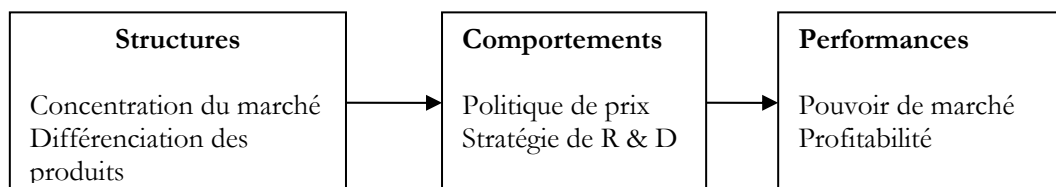
1982 — Démantèlement de l'American Telephone & Telegraph en raison d'une poursuite antitrust déposée en 1974 (États-Unis)

Source : Joeques et Evans (2008).

La réponse à la présence de monopoles ou d'oligopoles était alors recherchée dans l'instauration de rapports nouveaux entre l'État (garant de l'intérêt général), les grandes entreprises et les banques, la nationalisation étant considérée comme l'un des moyens de prévenir les abus de position dominante.

3.2. Le pouvoir de marché est *a priori* défavorable aux consommateurs. C'est à partir des années 1950 et autour de l'université de Harvard, que s'est développé le courant de pensée qualifié de « structuraliste », dans la mesure où il accorde à la structure (S) une place déterminante par rapport au comportement (C) et aux performances (P) d'une branche industrielle (Scherer et Ross, 1990).

Figure 1. Approche structuraliste



Source : Combe (2005, p. 42).

Le paradigme SCP a été le cadre d'un très grand nombre d'études empiriques au niveau des différentes branches et, moins souvent, au niveau des entreprises individuelles :

- relation entre niveau des barrières à l'entrée et concentration ;
- relation entre concentration et profitabilité ;
- relation entre économie d'échelle, différenciation des produits et taux de marge. Le modèle de Cowling et Waterson (1976) résume bien cette analyse en exprimant, dans un modèle statique de l'oligopole, le taux de marge moyen dans un secteur industriel comme fonction des *facteurs de structure* (concentration du secteur mesurée par l'indice de Herfindhal et élasticité de la demande du produit, et d'un *facteur de comportement* (coefficient de variation conjecturale indiquant la variation de la production de chacune des firmes en fonction des variations anticipées de la production des autres firmes du secteur). On peut considérer que ce coefficient est d'autant plus élevé que les ententes entre entreprises sont fortes.

Dans ce type d'analyse, sectorielle et statique, le pouvoir de marché se traduit par un transfert de surplus du consommateur vers les entreprises. La défense du consommateur passe donc ici par la limitation de la concentration des entreprises et des ententes entre elles. L'idéal serait ainsi une situation de concurrence parfaite avec un produit homogène et un très grand nombre d'entreprises. Dans cette optique la politique de la concurrence vise à se rapprocher ainsi de la situation d'équilibre général décrite par Walras. Elle se réfère donc de fait à la théorie de l'équilibre général et de l'optimum de Pareto.

Naturellement cette analyse en termes d'équilibre suppose que les rendements soient décroissants, condition nécessaire pour que l'égalité recherchée entre le coût marginal et le prix corresponde à la maximisation du profit de l'entreprise. A supposer même que le coût marginal soit connu, on voit immédiatement la difficulté d'application de cette mesure du pouvoir de marché dans une économie hors équilibre et plus particulièrement dans des secteurs où les rendements sont croissants puisque, dans ce cas, le coût marginal est inférieur au coût moyen.

Cette approche structuraliste est différente de celle qui a été défendue en Allemagne d'abord sous l'impulsion de L. Erhard, ministre des finances puis chancelier de la RFA, ainsi qu'en Europe au moment de la création, en 1957, du Marché Commun. Elle a d'autre part été contestée par différents auteurs, dont la vision de l'évolution du capitalisme peut être considérée comme moins pessimiste que la précédente. Une partie de ces théories a été du reste élaborée en réponse à des attaques contre des situations de monopole.

Dans ce qui suit on rappellera (point 3.3) les positions défendues par les « ordo libéraux » allemands qui s'inscrivent dans un cadre politique et social plus large, puis les apports, plus récents, des économistes que l'on peut distinguer selon deux courants : les premières raisonnant dans le cadre de l'équilibre partiel statique (points 3.4 et 3.5). Les seconds s'inscrivant dans une approche dynamique de la concurrence, prenant en compte le temps (point 3.6). On indiquera ensuite les critiques des « ultra-libéraux » à l'égard des politiques de concurrence (point 3.7) et les apports plus récents de la théorie des jeux (point 3.8).

3.3. La concurrence comme principe : ordo libéralisme et économie sociale de marché.

L'ordo libéralisme (Bilger, 1964 ; Commun, 2003 ; Encaoua, et Guesnerie, 2006) s'est construit en Allemagne, principalement dans l'université de Fribourg, sous l'impulsion, notamment, de Walter Eucken (1891-1950) et Wilhelm Röpke (1899-1966). Il a fortement influencé la politique

de L. Erhard et la politique de concurrence du marché commun (traité de Rome de 1957) puis de l'Union Européenne.

Une des caractéristiques de ce courant de pensée est de rechercher une vision globale de la société cohérente avec une conception philosophique et religieuse.

Il s'agit donc pour ces auteurs de construire consciemment, après l'effondrement du système nazi, un ordre de la société selon leur conception des exigences logiques et morales de l'esprit humain. Ils entendent construire un ordre constitutionnel et une politique soumise à la constitution.

Cette position les distingue donc des libéraux « à l'anglaise » comme Hayek. Ils sont persuadés qu'un régime économique conforme à l'état de droit ne peut se réaliser « que dans une armature juridique extrêmement précise et complète. Celle-ci comprendra une constitution économique (*Wirtschaftsverfassung*) et un système détaillé de droit public économique et de droit privé économique, qui en assurera l'application et l'adaptation permanente aux réalités du moment. » (Bilger, 1964, p. 150). Ces auteurs se livrent à une critique du système de coordination par le seul système des prix laissé à lui-même qui génère une instabilité due aux crises l'insécurité de l'emploi et des revenus et une concentration du pouvoir économique permettant l'exploitation du consommateur. Leur principe fondamental est toutefois que la réalisation d'un système des prix de concurrence parfaite est le critère de toute mesure économique. L'intervention économique de l'Etat doit donc tendre à créer un cadre tel que les prix correspondent à des prix qui seraient établis en situation de concurrence parfaite.

Parmi les principes régulateurs qu'ils préconisent figure l'instauration d'une régulation des formes de marché. Pour vaincre un régime de monopoles ou de cartels qui donnerait une direction faussée, Rüstow propose la nationalisation tandis que Eucken et Böhm se rallient à l'idée d'un « office autonome des monopoles et des cartels » dont la tâche sera, d'une part, de démanteler les monopoles et cartels inutiles et, d'autre part, de diriger les prix des monopoles et cartels justifiés vers les prix de concurrence parfaite (*Wettbewerbsanalog*).

Notons que d'autres principes sont énoncés par ces auteurs qui portent notamment sur la répartition des revenus en faveur des seuls individus défavorisés par nature comme les handicapés, la modification des « comportements anticonjoncturels » avec l'imposition éventuelle en cas de besoin d'un salaire minimum.

Le système préconisé est un système démocratique dans lequel l'État intervient au moyen de règles organisant la concurrence ou, à défaut, l'établissement d'un système de prix de concurrence parfaite. Dans cette perspective, office de la concurrence et tribunaux doivent être guidés par des lois : interdiction absolue d'ententes visant à supprimer la concurrence, interdiction de toute forme de lutte monopolistique comme différenciations de prix, boycott, etc.

Contrairement aux analyses, exposées ci-dessous, dont la tonalité est economiciste, l'ordo libéralisme associe étroitement conception politique et analyse économique.

3.4. La concentration n'est pas défavorable au consommateur si les marchés sont contestables. En 1982, la théorie des marchés contestables (Baumol, Panzar, Willig, 1982) est venue montrer que la présence de monopoles peut être compatible avec un prix identique à celui de la concurrence parfaite (le pouvoir de monopole disparaît). Ceci n'est possible que si des entrants potentiels existent qui pourraient accéder à la branche si le profit pur est positif. Trois conditions sont nécessaires pour que le marché soit effectivement contestable :

- Les firmes susceptibles d'entrer ont le même accès aux techniques de production que la firme en place.
- Il n'y a pas de coûts irrécouvrables (ou *sunk costs*) : possibilité de sortir sans coût.
- Le délai d'installation de la firme entrante est suffisamment court.

3.5. Surplus total ou surplus du consommateur ? Le point de vue adopté sur la concurrence dépend évidemment de la manière dont on en évalue les effets. Dans les approches qui précèdent, on s'est intéressé au point de vue du consommateur : est considérée comme nuisible toute concentration qui entraîne une hausse des prix pour les consommateurs. En se référant aux théories du bien-être et en appliquant le principe de compensation, on justifie souvent l'introduction d'un critère différent, celui du surplus total, soit la somme des surplus des consommateurs et des entreprises (le surplus des entreprises étant égal à leur profit pur). La concentration peut apparaître comme justifiée si le profit pur des entreprises excède la perte de surplus des consommateurs. On s'oriente, dans cette perspective, vers un arbitrage entre efficacité et intérêt des consommateurs.

Dans ces conditions un monopole qui aurait la possibilité d'opérer une discrimination des prix en faisant payer à chaque consommateur le prix maximum qu'il est prêt à payer peut être considéré comme aussi efficace qu'un ensemble d'entreprises en concurrence.

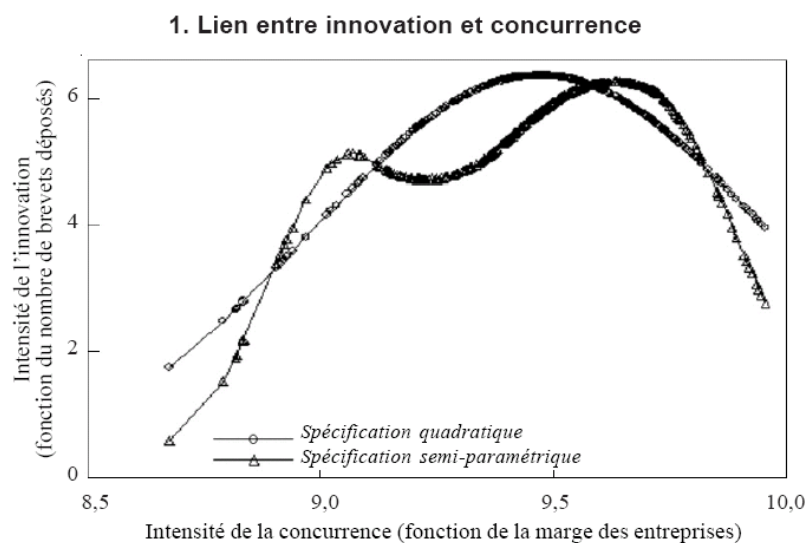
Dans son article fondateur, Williamson (1968) suggérait déjà que l'augmentation estimée du bien-être à la suite de la fusion devait être supérieure à un certain seuil avant de permettre l'opération. Dans son modèle, il considère le cas de deux firmes concurrentes décidant de fusionner. Cette fusion a deux effets : d'une part le coût moyen de production diminue et, d'autre part, les firmes haussent leur prix de vente du fait de leur pouvoir de monopole. La fusion sera dite efficace si la perte de surplus des consommateurs est inférieure à l'augmentation du profit des deux entreprises. On remarquera que, dans ce cas, tout repose sur le principe de compensation qui fait l'impasse sur la répartition du surplus total dégagé.

3.6. Les concentrations sont parfois favorables à l'innovation et à la compétitivité internationale. A la fin des années 80, les responsables de l'économie des USA se sont inquiétés de la perte de compétitivité de leur industrie par rapport à celle du Japon et de l'Europe. Le rapport du MIT *Made in America* (Dertouzos *et ali.*, 1989) donna le signal d'une série d'études et de recherches sur les rapports entre politique de concurrence et compétitivité.

Ces recherches se sont naturellement inscrites dans le courant « évolutionniste » qui s'est intéressé à la diffusion du progrès technique dans une perspective dynamique (Nelson et Winter, 1992 ; David, 1987 ; Freeman, 1997 ; Richardson, 1997,1972 ; Dosi, 1988). L'ouvrage écrit sous la direction d'un juriste et d'un économiste (Jorde et Teece, 1992) rend bien compte de cette préoccupation. La prise en compte des phénomènes d'apprentissage et de compétences dans la firme, oblige à une révision des résultats obtenus en théorie statique. Les lois anti-trust peuvent avoir dans ces conditions des effets négatifs si elles brisent les dynamiques de l'entreprise et limitent son horizon temporel. D'autre part les ententes en faveur de recherches coopératives deviennent des pratiques à encourager.

Dans les années qui suivirent de nombreuses études théoriques ont été consacrées à la question de la relation entre concurrence et innovation, sans que des conclusions claires puissent être dégagées (Griffith, 2006 p. 197). Des analyses empiriques ont donc été menées, la plus connue étant celle de Aghion *et ali.* (2005) qui, en mesurant l'innovation par le nombre de brevets déposés dans les entreprises du Royaume Uni, indique que le niveau de concentration optimal se situe dans une zone intermédiaire de concurrence (le niveau de celle-ci étant mesuré par le taux de marge).

Graphique 1. Liens entre innovation et concurrence



Note : Ces résultats sont fondés sur des données d'entreprises du Royaume-Uni prises dans différents secteurs industriels. Dans le modèle sous-jacent, on suppose que la probabilité qu'une entreprise innove (i.e. dépose un brevet) à un instant t suit un processus de Poisson, dont les termes dépendent du degré de concurrence du secteur dans lequel l'entreprise opère. Deux spécifications sont présentées ici, l'une quadratique, l'autre semi-paramétrique.

Source : Aghion, Bloom, Blundell, Griffith et Howitt (2005).

3.7. Où la loi en faveur de la concurrence peut entraver la concurrence. On a déjà noté que Schumpeter voyait le monopole comme une situation très générale et, en fait, favorable à l'innovation grâce aux dépenses de recherche et développement.

En revanche, la position libérale, inspirée notamment par la pensée de Hayek, considère que « un cartel ne peut subsister durablement que dans deux types de situations : ou bien, il résulte de l'exercice de la contrainte, ou bien, loin de se traduire par une exploitation des acheteurs, il correspond à un moyen de mieux satisfaire leurs besoins » (Salin, 2000, p. 182). L'argument essentiel est en fait proche de celui de Baumol et *alii* : si le cartel impose un prix trop élevé, il se trouvera toujours une entreprise soit pour sortir du cartel, soit pour entrer sur le marché et s'approprier une part significative du marché. L'entente ne peut être stable que s'il existe des contraintes, par exemple d'ordre juridique, limitant les possibilités d'entrée. « Ce qui porte tort aux consommateurs, c'est le fait que les producteurs bénéficient de l'usage de la contrainte, qu'il s'agisse d'une contrainte privée – qui représente une atteinte aux droits individuels ou d'une contrainte légale. [...] C'est pourquoi toute législation en faveur de la concurrence est anticoncurrentielle – en ce sens qu'elle porte atteinte à la liberté de décision, à la liberté de produire et il est donc souhaitable qu'elle disparaisse. Il est par contre souhaitable qu'il existe des procédures de défense des droits susceptibles d'empêcher l'usage de la contrainte. » (Salin, 2000, p. 184-185).

3.8. La concurrence comme jeux non coopératifs. La théorie des jeux a toujours en fait joué un rôle dans la conception de la concurrence, si l'on veut bien considérer que les modèles de Cournot (1838), Bertrand (1883), Von Stackelberg (1934) comme des modèles de théorie des jeux avant la lettre.

Mais l'utilisation systématique de la théorie des jeux dans l'économie industrielle est consacrée en fait dans l'ouvrage de J. Tirole (1988).

Dès lors l'analyse se centre sur la question des interactions stratégiques entre les firmes. Les décisions prises par chacune d'entre elles dépendant alors de ce qu'elle croit être la décision que

prendront les autres firmes. La théorie des jeux insiste de ce fait sur la question de l'information (distinction entre les jeux simultanés comme le modèle de duopole de Cournot et les jeux séquentiels comme le modèle de Von Stackelberg, entre les jeux répétés et non répétés, entre jeux à information parfaite et complète et jeux à information incomplète et imparfaite).

D. Encaoua et R. Guesnerie (2006, p. 48) indiquent quatre directions dans lesquelles la compréhension des phénomènes de concurrence s'en est trouvée améliorée :

- les solutions recherchées au problème de l'équilibre sont des équilibres de Nash, comme dans le modèle de Cournot et vont s'appliquer à la différenciation des produits
- l'analyse temporelle et stratégique de la concurrence avec des mécanismes de convergence vers des solutions de coopération et d'entente permis grâce à la répétition des jeux (Folk Theorem)
- rôle essentiel attribué aux signaux transmis par des décisions comme la prédation ou la forclusion.

La contrepartie de cet enrichissement est qu'il devient pratiquement impossible de dégager des règles générales, indépendamment du contexte dans lequel les décisions sont prises.

Finalement nous pouvons conclure avec les auteurs cités : « La nouvelle économie industrielle [i.e. celle qui fait appel à la théorie des jeux dans la ligne de l'ouvrage de Tirole] propose, au travers de la variété de ses modèles, une série d'éclairages croisés sur le sujet qu'il importe de synthétiser. Mais [...] nous n'avons aucune théorie qui permette d'appréhender de façon synthétique la dynamique de la concurrence, qui mêle inextricablement les dimensions du prix, de la différenciation de produits, de la construction de capacités et de l'innovation de produits ou de procédés et la logique de l'entrée. Et l'indétermination [...] réapparaît, soit explicitement parce qu'un modèle a beaucoup, voire une infinité d'équilibres, soit parce que le résultat qu'il fournit dépend de détails trop fins pour qu'ils soient observés, soit enfin parce que la superposition des points de vue théorique qui doivent être sollicités conduit à une image floue de la situation.» (Encaoua et Guesnerie, 2006, p. 49).

4. LA CONCURRENCE N'EST PAS SOLUBLE DANS LE SPÉCIFIQUE. Ce rapide survol des points de vue théoriques adoptés dans l'analyse de la concurrence et des politiques à mettre en œuvre permet de constater la très grande richesse des apports théoriques au fil des années.

L'un des résultats sans doute le plus probant est que des définitions rigoureuses ont pu être données d'un certain nombre de phénomènes étudiés en fonction, souvent, des problèmes posés par les autorités chargées de juger du caractère licite ou non des opérations qui leur sont soumises. Les problèmes ne se posent évidemment pas de la même manière au cours de l'histoire du capitalisme et on voit bien qu'une décision qui peut s'imposer à un moment et en un lieu donnés, ne s'impose pas nécessairement ailleurs ou à un autre moment.

Il est intéressant de constater que, dans un ouvrage récent, E. Combe (2008) exprime ses interrogations sur les politiques à mettre en œuvre dans les pays émergents. Il signale quelques objections couramment faites à ce propos : la nécessité d'une intervention de l'Etat pour assurer le décollage économique, le caractère coûteux de la mise en place d'une véritable politique de concurrence alors que son efficacité face aux firmes étrangères risque d'être limitée, la présence d'une oligarchie économique et politique qui n'a pas intérêt à sa mise en œuvre, la nécessité de profits élevés pour une forte accumulation du capital (Combe, 2008, p. 11).

Le même auteur conclut son ouvrage en indiquant les « nouvelles frontières de la politique de la concurrence » qui apparaissent avec la mondialisation des échanges alors que les politiques sont encore essentiellement nationales, les rapports entre politique de concurrence et régulation dans les industries de réseaux (gaz, électricité, chemin de fer, etc.), la prise en compte de l'innovation et les problèmes qu'elle pose notamment pour la détermination des marchés pertinents dans le cas d'un produit qui n'est pas encore défini.

Tout ceci justifie, à notre avis, le parti défendu dans cette note pour une approche pragmatique de la question, adaptée à la société marocaine.

Rien ne nous dit que les relations empiriques constatées, par exemple, dans le cas du Royaume Uni puissent se retrouver au Maroc. On notera que la taille du marché marocain est de l'ordre de celle d'une moyenne région française comme la Bourgogne, que les marchés des différents produits sont loin d'être stabilisés en termes d'information sur les prix ou sur la qualité des biens et des services, l'importance du secteur informel qui échappe à toute réglementation fiscale, douanière, etc. L'environnement institutionnel des marchés est donc très différent de ce que l'on peut trouver dans les pays où sont menées les études théorique et empiriques les plus connues.

4.1. Repenser le concept de concurrence en référence à la réalité marocaine implique une prise en compte de la « nature composite de la société marocaine ». De fait, l'économie marocaine articule une pluralité de mondes de production, d'activités et de marchés transcendant les divisions sectorielles classiques agriculture/industrie/services et allant bien au-delà du dualisme économie moderne/économie traditionnelle.

Historiquement, l'introduction du capitalisme sous le Protectorat ne s'est pas traduite par l'initialisation d'un processus de dissolution des rapports sociaux traditionnels pouvant déboucher à terme sur des formes plus ou moins pures de capitalisme. Une telle évolution est, dans la perspective de Marx, propre aux sociétés ayant connu une transition endogène vers le capitalisme. En revanche, au sein des formations soumises à une impulsion extérieure (par la colonisation), la dynamique du capital est à l'origine d'un mouvement complexe de dissolution/conservation des rapports de production pré capitalistes. Ce mouvement, qui dans la littérature critique du capitalisme explique le « procès du sous-développement », ne fait que se reproduire imprimant à chaque phase et à chaque société les logiques dominantes du développement capitaliste.

Aujourd'hui, l'économie marocaine incorpore, outre les effets historiques du capitalisme (concurrentiel, monopoliste), ses condensations structurales et territoriales (mondialisation, capitalisme patrimonial, etc.). En termes de trajectoires, de tels effets de structure ne sont pas, loin s'en faut, irréversibles : les interactions qui en résultent induisent des modalités *spécifiques, hybrides et a-typiques* d'organisation de la production.

En référence aux intuitions de Paul Pascon (1967) sur la *société composite*, on peut souligner l'existence d'une pluralité de formes, de statuts et de modalités se définissant à la fois par rapport au niveau national et international. Au modèle générique, dualiste ou binaire, articulant formes modernes et formes traditionnelles, s'est incorporée, au fil du temps, plusieurs arrangements spécifiques indexés sur les évolutions de l'économie nationale et sur les mutations observées au plan mondial (El Aoufi, 2000).

L'hétérogénéité de l'économie marocaine ne se limite pas à la structure et à l'organisation des systèmes de production et d'échange, elle imprègne, de façon prévalente, les modalités de la concurrence.

Encadré 2. La nature composite de la société marocaine

« Dans cette société s'affrontent en réalité plusieurs types d'organisations sociales complètes en elles-mêmes. Nous n'avons pas affaire à une société, mais à des aspects partiels de plusieurs sociétés qui coexistent parfois au même moment et au même lieu. Ainsi un individu déterminé appartient, selon ses différents comportements, à plusieurs sociétés.

Les preuves en sont simples et quotidiennes : des paysans, ayant droit de terres collectives, dont les femmes vont le jour de l'*ansra*, sur la tombe de leurs ancêtres, faire des libations et qui demandent le matin à leurs *khammès* de leur amener une mule, ceignent leur *keoumiya* (poignard) et vont au « bureau » demander collectivement un crédit agricole, au lieu d'être

approximativement définis par leur âge, leur ethnie, leur région, ne sont-ils pas redevables de la coexistence de plusieurs types de sociétés, cinq en l'occurrence ?

Et un jeune, homme, diplômé, costumé, qui téléphone à un responsable administratif, prononce quelques mots d'arabe, recommande en français une personne à l'embauche, puis devant les réticences, reprend en arabe trois arguments : qu'un parent de la personne recommandée a perdu son emploi et que la famille est sans ressources, qu'elle appartient à une tribu du Maroc central, et qu'elle a beaucoup d'enfants, et qui, pour terminer, se voit opposer un refus basé sur le règlement, sans que la qualification du candidat ait été évoquée ? On pourrait multiplier les exemples à l'infini : chacun traîne derrière lui les casseroles de l'histoire.

Il semble qu'il y ait emboîtement de sociétés historiques successives dont certains aspects seulement demeurent, aspects qui sont les prolongements vivaces d'une société antérieure ou les prémices d'une société en construction et qui, quand on les y replace, prennent toute leur signification.

Et c'est parce que la liquidation ou la substitution sont différentielles qu'il y a coexistence : parfois ce sont les outils et les techniques qui évoluent en premier, parfois les rapports sociaux, , parfois encore les institutions, la juridiction, les contrats, la culture, la morale, les coutumes, les attitudes, les croyances, les signes, l'idéologie, le rituel u les comportements procréateurs, etc. »

Source : Paul Pascon (1967), « La nature composite de la société marocaine », *Lamaliif*, n°17, décembre.

4.2. Une nette évolution du rôle de l'Etat et du secteur privé. L'évolution observée en longue période est marquée à la fois par une continuité et par des inflexions plus ou moins importantes (El Aoufi, 2009).

(i) Les stratégies de développement mises en œuvre dans les années 1960 (substitutions aux importations puis promotion aux exportations, développement agricole) correspondent au modèle keynésien alors dominant à l'échelle internationale (planification indicative, interventionnisme de l'Etat, rôle des investissements étrangers, promotion du secteur privé, équilibre marché interne/marché externe, etc.).

(ii) C'est en interaction avec le tournant libéral au sein des pays avancés au milieu des années 1970 (crise du modèle fordiste, chocs pétroliers, etc.) que le Maroc en vient à entreprendre, dans la décennie 1980, une politique d'austérité et d'équilibres macro-économiques (Programme d'ajustement structurel 1983-1993) en rupture avec le volontarisme des années 1970 (Plan 1973-1977) et avec la marocanisation imposant des limites aux entreprises à capitaux étrangers (on y reviendra).

(iii) Les déficits sociaux engendrés par l'ajustement structurel (chômage de masse, pauvreté, précarité, vulnérabilité, informel, etc.) impliquent, à partir des années 1990, outre une politique de mise à niveau de l'entreprise privée nationale, une série de réformes institutionnelles ayant pour but à la fois d'améliorer l'environnement de l'investissement et le climat des affaires (loi bancaire, charte des investissements, Centres régionaux d'investissement, loi sur les sociétés, charte des PME, « bonne gouvernance », agences de régulation, loi sur la concurrence et Conseil de la concurrence, etc.) et de résorber les pénuries en termes de développement humain (alphabétisation, éducation de base, santé, logement, etc.). L'Initiative nationale pour développement humain (INDH), mise en œuvre à partir de 2006, constitue, à cet égard, un

tournant majeur : le progrès social n'est plus considéré comme un simple effet induit par la croissance, il en est la condition.

Correspondant aux enjeux et aux contraintes liés à la mondialisation (Accords de libre échange avec l'Union européenne notamment), cette nouvelle trajectoire centrée sur l'investissement social et sur le développement humain a été favorisée par la mise en œuvre à partir de la moitié des années 1990 d'un processus d'amélioration du climat des affaires et de développement du secteur privé.

(iv) L'action de l'Etat en faveur du développement du secteur privé se traduit par un train de mesures d'ordre fiscal visant à réduire les coûts des investissements industriels (transactions foncières, immobilières et commerciales) et à améliorer sa rentabilité (primes d'équipement, bonification des taux d'intérêt, couverture du risque de change, garantie de transfert, etc.). D'autres mesures prises dans le domaine de la protection douanière ont pour but de limiter l'effet des importations sur la production nationale. D'autres formes de contrôle direct des flux de marchandises (prohibitions, contingents, etc.).

Les conditions préférentielles de crédit profitent, outre l'industrie, à l'ensemble des secteurs : agriculture, immobilier, tourisme et hôtellerie, etc.

De nombreux avantages sont octroyés au secteur privé par les institutions publiques d'investissement (Caisse Nationale de Crédit Agricole, Banque Nationale pour le Développement Economique, Crédit Immobilier et Hôtelier).

(v) On observe, parallèlement, une dynamique de l'initiative privée dans plusieurs branches d'activités, notamment manufacturières (pneumatiques, ciment, céramique, texturation, tissage, éponge, quincaillerie électrique, robinets et vannes, réfrigérateurs, fils et câbles électriques, etc.), la part du privé devenant de plus en plus significative en termes de capacité de production par rapport au secteur public, notamment avec la politique de marocanisation entreprise en 1973. De fait, la contribution du secteur public au PIB se situera dans les années 1980 à moins de 30% de la valeur ajoutée des branches marchandes (20% de la formation brute de capital fixe et 27 % de la masse salariale).

Le poids du secteur public demeure prédominant dans les secteurs de l'énergie, de l'eau potable et des mines, des transports ainsi que dans les institutions de crédit.

(vi) La loi relative à la marocanisation (dahir du 2 Mars 1973) concerne un vaste champ d'activités : commerce, importation, représentation à la vente au détail, bâtiment et travaux publics, transports, automobile, leasing, agences de publicité, sociétés de crédit, entrepôt et magasinage, gérance d'immeubles, industries alimentaires, industrie des engrais, banques, assurances, etc.

L'objectif stratégique de l'opération étant de permettre, à travers un transfert de la propriété des entreprises en faveur des nationaux, de promouvoir une classe d'entrepreneurs marocains et de développer les bases du capitalisme privé national, la marocanisation a débouché sur le renforcement des groupes privés et des entreprises familiales.

Le processus de marocanisation contribue au renforcement de la concentration des capitaux notamment dans les secteurs d'activités commerciales et immobilières. Dans le secteur agricole un millier de propriétaires et/ou d'exploitants agricoles privés contrôlent quelque 500 000 hectares, soit près de 7% de la superficie cultivée. Cette tendance s'est nettement accusée depuis les années 1970 : aujourd'hui moins de 5% des exploitations de plus de 20 hectares représentent un tiers des terres agricoles. La stratégie rentière des grands exploitants prend appui sur les

politiques de subvention à l'investissement et de soutien aux prix, en particulier sur le marché des céréales, des huiles et du sucre et des cultures d'exportation (primeurs, agrumes, maraîchage).

L'immobilier urbain enregistre également une concentration de la propriété : ainsi on estimait que vers la fin des années 1960/début des années 1970, moins d'une centaine de personnes détenaient 30% des terrains urbains non bâtis à Marrakech, 18% à 20% à Casablanca et Fès, des proportions moindres à Beni-Mellal, Khémisset et Nador.

Le commerce de gros connaît des tendances similaires : en 1984, dix entreprises réalisent à peu près 48% du chiffre d'affaires du secteur dont quatre sont contrôlées par des intérêts familiaux (Afriquia, Somepi, Somablé et Socopros).

En vertu de la loi relative à la marocanisation, les entreprises privées du bâtiment et des travaux publics peuvent bénéficier d'une part des marchés publics (fondations spéciales, ponts, construction d'immeubles scolaires, industriels, commerciaux) et, pour les grands travaux (barrages, ports, etc.) représentant entre 20% et 30% du marché, s'associer avec les entreprises internationales.

La prédominance des entreprises privées nationales au sein des industries de transformation (environ $\frac{3}{4}$ du capital social) a pris racine dans le protectionnisme lié à la stratégie de substitution d'importations mise en œuvre par le Maroc dans les années 1960. Une forte concentration économique et financière va progressivement s'étendre, dans les années 1980, aux branches alimentaires, du textile, du cuir et chaussures.

Les entreprises familiales occupent des positions dominantes dans le secteur des biens de consommation avec un taux de concentration industrielle supérieur à 33 %.

La marocanisation va permettre au capitaux privés nationaux d'améliorer leur place sur le marché financier portant ainsi leur taux de participation à plus de 27% du capital bancaire total en 1975 et à 66% du capital social des sociétés d'assurance.

Dans sa configuration majoritaire, le tissu productif privé est toutefois structuré par des entreprises de faible à moyenne taille réalisant 13% du chiffre d'affaires total, 15% de la valeur ajoutée et employant 22% des effectifs.

(vii) En 1983, on l'a déjà souligné, le Maroc met en œuvre, sur les recommandations du FMI et de la Banque mondiale, un Programme d'ajustement structurel (PAS) visant à assurer la maîtrise des dépenses publiques, la libéralisation du commerce extérieur et du régime de change, la restructuration du secteur public, la déréglementation des prix et la modernisation du secteur financier.

Toutefois si les résultats du PAS ont été significatifs au plans budgétaire et financier, il n'en demeure pas moins que sur les indicateurs sociaux l'impact est loin d'avoir été positif (Rapport du Cinquantième, 2006) : contraction des dépenses sociales, montée du chômage, notamment des jeunes diplômés, compression des revenus salariaux, extension de la pauvreté en particulier dans le monde rural.

(viii) Prenant fin en 1993 le PAS fut relayé par un processus de *mise à niveau* inscrit dans une perspective plus large d'ouverture (Accords d'Association et de création de zones de libre-échange avec l'UE et avec les Etats-Unis notamment) et de poursuite de la libéralisation (réformes bancaire, fiscale, loi sur la concurrence, nouvelle loi sur la société anonyme, etc.).

Le processus de mise à niveau amorcé au milieu des années 1990 vise à améliorer l'environnement interne et externe de l'entreprise nationale (structures, ressources, modes

d'organisation et de management, stratégie, ressources, compétitivité, etc.). Il doit, *mutatis mutandis*, contribuer à restructurer les rapports Etat- économie et les comportements des acteurs sur des bases plus impersonnelles et plus institutionnelles, rompant ainsi avec les relations fondées sur le clientélisme et la connivence. Dans cette perspective, la diffusion des règles de la concurrence et de la transparence devrait pouvoir rendre, à terme, évanescentes les positions de rente et contreproductifs les comportements d'opportunisme, de « passager clandestin » et de déloyalisme.

4.3. La concurrence doit réduire les positions de rente et préserver les situations de coopération. Les liens interpersonnels peuvent favoriser aussi bien les ententes négatives entre producteurs (barrières à l'entrée, contrats léonins, cartels, etc.), et les positions de rente que les coopérations positives (échanges de savoir faire, systèmes productifs localisés). Le type traditionnel, ou domestique, qui continue à caractériser, dans une large mesure, les rapports sociaux au Maroc n'est pas à condamner dans sa globalité. Les formes communautaires ou collectives (familiale, ethnique, tribale, régionale, culturelle) ne doivent pas être « jetées avec l'eau du bain » : elles recèlent, de fait, un « capital social » (Putnam, 1995) qui, comme on le verra plus loin, n'est pas sans rapport avec l'efficacité économique. Outre les valeurs de confiance interpersonnelle et d'altruisme qui les définissent, les modalités traditionnelles continuent de régir des activités importantes dans le secteur coopératif et associatif.

Toutefois, si l'ancrage des règles et des normes de la concurrence au sein de l'économie constitue le moyen le plus efficace pour faire reculer l'économie de rente dans notre pays, l'extension du champ de la concurrence ne doit pas, pour autant, se faire au désavantage des jeux coopératifs et conduire, à terme, à la dissolution du secteur coopératif et/ou solidaire dans l'agriculture, l'artisanat, les services, etc.

4.4. En dernière instance, la concurrence, renforcée par des actions complémentaires, doit favoriser le développement économique et le progrès social. La concurrence, on l'a souligné à maintes reprises, doit avoir pour visée une amélioration de l'efficacité économique et du surplus total au double bénéfique des producteurs et des consommateurs. D'autres visées en termes de diffusion de la culture de la transparence et du mérite peuvent être atteintes contribuant ainsi à l'encastrement des normes de la concurrence au sein des comportements individuels et collectifs des acteurs. Mais, le développement à une échelle élargie des règles de la concurrence ne peut se réaliser en l'absence d'une stratégie d'ensemble combinant plusieurs actions complémentaires : réduction de la pauvreté et des pénuries de capacités (éducation, santé, logement), atténuation des inégalités, lutte contre la corruption, répression des fraudes, contrôle de qualité, diffusion de l'information, organisation des marchés et des acteurs, etc.). Les règles de la concurrence doivent être constitutives de l'objectif de développement impliquant, outre un système d'incitations efficace, une « architecture institutionnelle » de régulation à la fois cohérente et légitime.

Dans cette optique plus systémique, prenant en compte la configuration composite de l'économie nationale et la complexité de ses enjeux, il importe de définir de façon souple et transitionnelle les contours que doivent prendre les champs d'application des règles de la concurrence.

4.5. Caractériser et hiérarchiser les champs d'application des règles de la concurrence. En termes de politique de la concurrence, cette dernière observation commande de caractériser et de hiérarchiser les champs d'application des règles de la concurrence. La démarche pragmatique défendue dans le présent rapport, en privilégiant une mise en œuvre progressive et cumulative des règles de la concurrence et des normes de transparence, suppose comme préalable une connaissance approfondie des structures sectorielles et territoriales de l'économie nationale, des

modes de fonctionnement du système productif et d'échange, de ses performances et de la nature de ses contraintes et limites.

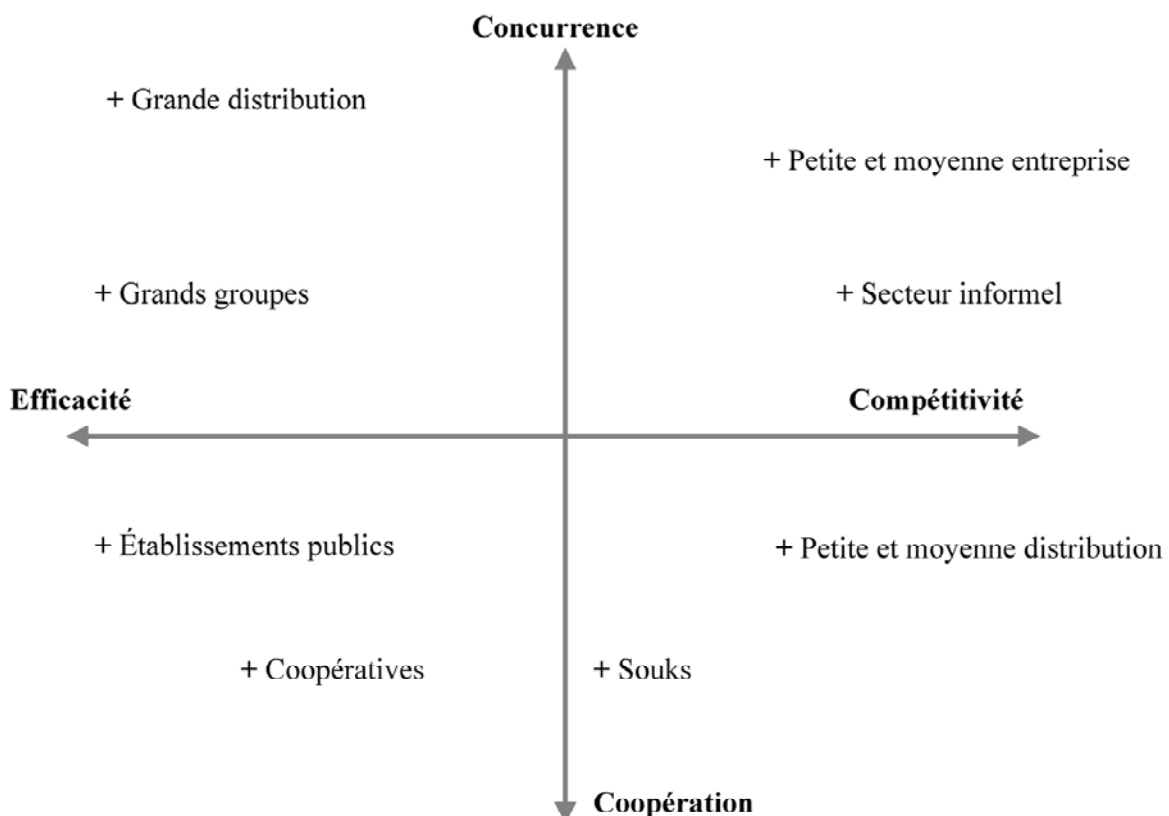
Le Conseil de la concurrence est, dès lors, appelé à entreprendre, de façon régulière, des études sectorielles établissant un « état des lieux » des secteurs économiques combinant « bilan économique » et « bilan concurrentiel ». Il s'agit de disposer d'un outil dédié de suivi de l'exercice des règles de la concurrence et de l'observation des niveaux d'application des normes compte tenu des spécificités sectorielles, de la nature des activités, des stratégies productives des firmes et des priorités nationales en matière de développement.

Le niveau approprié pour une mise en œuvre cohérente et efficace de la politique de la concurrence ne peut être que le niveau branche ou secteur ou, encore mieux, celui de la filière de production. Ce niveau définit, en effet, un contour intermédiaire entre le niveau microéconomique (l'entreprise) et le niveau holiste (l'économie dans son ensemble) permettant à la loi générale de la concurrence de se décliner plus allégrement compte tenu des spécificités de chaque type d'activité, du degré de maturation des branches et de leur *disposition*, à la fois structurelle et comportementale, à accepter les prescriptions des règles de la concurrence.

Dans la perspective des résultats que peuvent comporter les *bilans économiques* et *concurrentiels*, lancés par le Conseil de la concurrence, on peut suggérer une typologie des champs de régulation de la concurrence comprenant et distinguant les différents domaines suivants :

- Les grandes entreprises et les groupes.
- La grande distribution.
- Les petites et moyennes entreprises.
- La petite et moyenne distribution.
- Le secteur informel.
- Les Souks.

Figure 2. Champs de la concurrence



Une telle typologie est nécessaire pour rendre efficace une politique de concurrence qui soit adaptée aux conditions sociales du pays afin d'éviter que, selon le mot de Adam Smith placé en exergue, « le jeu (de la concurrence ne) se déroule lamentablement et (que) la société (ne soit pas) toujours désordonnée au plus haut point ». Elle met en évidence une distribution des différentes catégories et leur distance par aux marqueurs que sont la concurrence et la coopération d'une part, l'efficacité et la compétitivité d'autre part.

4.6. Faire de la concurrence un dispositif d'intégration de l'informel. Le secteur informel s'est développé au Maroc, dans les années 80. Imposant à l'économie nationale de fortes contraintes d'équilibre budgétaire, commercial et financier, le Programme d'ajustement structurel (1983-1993) n'a pas moins été à l'origine de processus régressifs dans le domaine social contraignant ainsi de larges segments de la société à se réfugier dans des stratégies de survie dont l'informel constitue la modalité générique.

Selon l'*Enquête nationale sur le secteur informel non agricole 1999-2000* (direction de la Statistique, 2003), le secteur représente 17% du PIB (94 milliards de dirhams) et 20,3% de l'emploi total (46,8% de l'emploi non agricole hors administrations et collectivités locales dont 54,9% dans le milieu rural et 39% de l'emploi agricole total. Il abrite 1 233 240 d'unités de production (71,6% dans les zones urbaines).

Théoriquement, il n'y a pas de réglementation spécifique au secteur informel (El Moudden, 2005). Les dispositions applicables aux unités de production et de commercialisation informelles sont celles qui ont trait à l'organisation du commerce en général. Le code de commerce impose, en effet, aux commerçants, de façon indifférenciée, deux obligations dont s'affranchit le secteur informel :

- L'enregistrement au registre de commerce (article 76 du code de commerce).
- L'obligation de tenir une comptabilité régulière (l'article 19 de la loi 15-95 impose de tenir une comptabilité conforme aux dispositions de la loi 9-88 relative aux obligations comptables du commerçant).

Un régime spécifique est prévu en faveur des petites entreprises et des petits commerçants qui, toutefois, peuvent faire recours, pour tenir leur comptabilité, à des centres de gestion de comptabilité agréés relevant des chambres de commerce, d'industrie et de services (loi n° 57-90 du 12 juillet 1991).

Quant à l'obligation d'inscription au registre du commerce, nulle exception n'est prévue : tous les commerçants, personnes physiques ou morales, marocaines ou étrangères sont assujettis. L'inscription au registre local doit être effectuée, pour tous les commerçants, auprès du greffe du tribunal de commerce. Un registre central, tenu par l'office marocain de la propriété industrielle et commerciale (article 31 du code de commerce tel que modifié par la loi 13-99 portant création de l'office marocain de la propriété industrielle et commerciale) est constitué des doubles de déclarations remises aux greffiers.

Hormis les normes comptables, l'activité informelle obéit au même cadre institutionnel régissant l'activité commerciale en général. De même, en matière fiscale et sociale la même législation s'applique indifféremment à l'ensemble des entreprises quels que soient leur taille et leur domaine d'activité industrielle, commerciale ou artisanale.

4.6.1. La mauvaise concurrence chasse la bonne. L'informel, coextensif à l'économie, opère dans plusieurs branches de l'économie nationale (industrie, artisanat, services), ce qui constitue un obstacle à toute stratégie de restructuration efficace.

La typologie sommaire suivante est loin de rendre compte de la complexité du phénomène (Salahdine, 1992, p. 191; Mejjati Alami, 1994) :

- L'informel « bas de gamme » ou de survie est très ouvert à la concurrence (facilité d'accès, ressources faibles, absence de qualification).

- L'informel artisanal exigeant un niveau de qualification traditionnelle et un capital initial.
- L'informel de pluriactivité
- L'informel transitionnel recèle un potentiel de fonctionnement et de ressources de nature à le faire apparenter aux activités formelles.
- L'informel « haut de gamme », se déployant dans des réseaux de production, d'approvisionnement et de distribution, prend appui sur des connivences au sein de l'administration et dans le secteur financier et, de ce fait, constitue une forme typique de « concurrence déloyale » et de pratiques frauduleuses (contrefaçon).

La concurrence déloyale (contrefaçon, fausses déclarations, fraudes des régimes douaniers, dumping) tend à réduire la compétitivité externe de la production nationale dans son ensemble quelque soit la taille des firmes. Les pratiques déloyales prédominantes en matière de formation des prix de vente dans l'informel sont le « marchandage avec les clients » (41,2% des unités de production), les « prix de la concurrence » (27,9% des unités), les « prix officiels » n'étant observés que par une part faible (13,9%) des unités de production (direction de la Statistique, 2003). En s'affranchissant des normes à la fois comptables, fiscales et sociales, l'informel bénéficie, de fait, d'un avantage compétitif susceptible de conduire, à terme, vers la faillite les petites et moyennes entreprises les plus vulnérables.

Face à l'hétérogénéité des situations et des dispositions de l'informel, l'action des pouvoirs publics, jusqu'ici sectorielle et fragmentaire (administration des douanes, direction générale des impôts, ministère du commerce et de l'industrie, ministère des finances), peut s'avérer tout compte fait insuffisante et peu efficace lorsqu'elle se limite à la coercition et à la répression.

A l'opposé, une prise en compte des interactions et des relations endogamiques entre les deux secteurs (financement, approvisionnement en matières premières, débouchés, sous-traitance, etc.), ainsi que les irréversibilités créées par les processus informels en termes d'emplois, de revenus, d'épargne et d'investissements implique une démarche de restructuration et d'intégration.

4.6.2. Restructurer l'informel vivrier et lutter contre l'informel déloyal. Deux situations méritent être distinguées :

(i) La contrebande est définie comme « l'introduction sur le territoire assujéti d'une marchandise qui n'est pas passée par un bureau de douanes ou qui y a été dissimulée pour ne pas être aperçue par les agents de douane. Est également contrebande, la non présentation de certaines marchandises ou de documents justificatifs de leur détention régulière (Article 282 du code des douanes et des impôts indirects).

Prédominante dans les zones frontalières, elle est estimée à près de 46% du produit intérieur de la zone (Abijou, 2004).

La lutte contre la contrebande fait l'objet depuis quelques années d'un plan d'actions à la fois sur le plan organisationnel et sur le plan opérationnel.

Tout d'abord, l'action anti-contrebande prend appui sur des dispositifs plus performants (équipement du port de Casablanca d'un scanner semi-fixe permettant aux services des douanes d'améliorer l'efficacité des opérations de contrôle des marchandises dans un temps record, extension du dispositif aux villes de Tanger et de Nador).

Au niveau opérationnel, ensuite : constitution de commissions centrales mixtes chargées d'effectuer des contrôles inopinés aux postes frontières ; orientation de l'action de lutte contre la contrebande en fonction des moyens humains et logistiques disponibles ; suivi de l'évolution de l'action sur le terrain à travers le traitement des statistiques hebdomadaires des saisies réalisées par les services extérieurs (*Al Maliya*, 2004, p. 39 et suivantes).

(ii) A l'inverse de la contrebande, qui doit être la cible d'une action vigoureuse d'éradication de la part des pouvoirs publics, d'autres activités informelles, comme le commerce ambulants, doivent faire l'objet d'une politique plus centrée sur l'intégration et la restructuration.

La prolifération dans les interstices de villes du commerce ambulants pose quantité de problèmes non seulement aux autorités locales mais aussi et surtout aux commerçants organisés.

Face au commerce ambulants, les pouvoirs publics ont d'abord adopté une politique sécuritaire qui s'est avérée inefficace, voire contreproductive dès lors qu'elle s'exerce sur des activités de survie.

Ensuite, sous le gouvernement Driss Jettou (2002-2007), fut lancé un programme de sédentarisation des vendeurs ambulants (105 millions de DH) destiné à la construction de 130 000 locaux commerciaux au profit des commerçants ambulants. Parallèlement, le département du commerce a entrepris plusieurs actions tendant à « formaliser » le commerce ambulants : réduction de la charge fiscale, ouverture de nouveaux centres de gestion de comptabilités agréés, dynamisation du produit *Addamane Al-Hirafi*, adoption d'un projet de comptabilité simplifié par le Conseil national de la comptabilité.

Le comportement de « tolérance » à l'égard de ce type d'informel (commerces non patentés, habitat spontané, etc.) n'est pas donc le fait exclusif de l'Etat. Sa prolifération est en grande partie liée à la « complicité » des commerçants, des transporteurs, des intermédiaires, voire des consommateurs eux-mêmes (Louchahi, 2003, p. 99).

L'exemple du commerce ambulants est à cet égard édifiant : ce sont les commerçants du secteur organisé qui, dans la plupart des cas, sont à l'origine du réseau de vendeurs ambulants exerçant pour leur compte.

Par ailleurs, si l'informel constitue un « manque à gagner » pour l'Etat, il n'est pas moins une « aubaine » pour une catégorie de consommateurs, notamment défavorisés. Bien que de qualité médiocre, les produits et les services offerts répondent à une demande pour la quelle les circuits formels restent hors d'atteinte comme, par exemple, le logement clandestin. De même, les consommateurs, y compris les entreprises, sont attirés par des prix et un approvisionnement hors circuits formels plus incitatifs.

4.6.3. Intégrer l'informel par les règles de la concurrence. Le droit de la concurrence est de construction récente au Maroc. La loi du 12 octobre 1971 sur la réglementation et le contrôle des prix a été plusieurs fois modifiée et complétée puis abrogée par la loi 06-99 relative à la liberté des prix et de la concurrence.

D'autres règles complètent l'édifice institutionnel (loi 17-97 relative à la protection de la propriété industrielle, Dahir des obligations et des contrats, le code de commerce, etc.).

(i) **L'interdiction des pratiques déloyales et restrictives de concurrence** (loi 06-99) comme la sous facturation, le stockage clandestin, le refus de vente, etc. La loi stipule que toute entreprise victime d'un détournement de clientèle légitimement constituée peut agir en responsabilité délictuelle sur la base de l'article 84 du D.O.C. ou encore de l'article 185 de la loi 17-97 (Drissi Alami Machichi, 2004, p. 153).

Outre l'analphabétisme et le coût relativement élevé de la facture pour les petites entreprises, notamment traditionnelles, les défauts de coordination de l'action des différents intervenants (agents de la répression des fraudes, *mouhtassib*, contrôleurs des prix placés auprès de la division économique et sociale des wilayas) expliquent l'absence d'efficacité des mécanismes de contrôle (Drissi Alami Machichi, 2004, p. 66).

Dès lors, la mise en œuvre de l'obligation de facturation et son extension à l'ensemble des transactions est de nature à réduire le champ des pratiques déloyales, l'article 51 de la loi 06-99

énumérant les mentions obligatoires devant figurer sur la facture (numéro d'immatriculation au registre du commerce, numéro d'identification fiscale, numéro d'article à l'impôt des patentes, etc.).

Il convient de rappeler que, procédant du droit musulman et ayant pour finalité le contrôle et la réglementation des marchés dans le domaine de l'organisation traditionnelle et corporatiste des métiers, l'institution du *moubtassib* a connu, en 1982, une réactivation liée à la dynamique du secteur de l'artisanat et à ses interactions avec à la fois l'économie moderne et le secteur informel.

(ii) La protection des droits de propriété intellectuelle permet de lutter contre la contrefaçon et le piratage. Membre de l'OMC, le Maroc est en outre signataire de l'accord de partenariat avec l'Union européenne et de l'accord de libre-échange avec les Etats-Unis : la loi 17-97 institue, en effet, un régime d'interdiction et d'incrimination de la contrefaçon des créations utilitaires mais aussi des signes distinctifs dont la marque. La forme la plus courante est la contrefaçon des marques qui comprend la reproduction de la marque pour des produits et services similaires, l'usage de la marque reproduite, l'apposition de la marque, l'usage de la marque sans reproduction illicite préalable, l'imitation de la marque pour des produits identiques ou simplement similaires. Celle-ci, contrairement à la contrefaçon des brevets et des certificats des dessins et modèles industriels qui requiert des actifs techniques, est peu coûteuse et plus rentable.

Parallèlement, la loi 2-00 relative aux droits d'auteur et droits voisins institue un régime de protection des œuvres littéraires et artistiques (article 66 de la loi 2-00). De fait, le piratage est pratiqué à des taux assez élevés (73 % pour le piratage des logiciels et 70 % pour le piratage audio vidéo).

(iii) Les normes relatives à la protection du consommateur renvoient, notamment, au Dahir des obligations et des contrats, à la loi 13-83 relative à la répression des fraudes et à la loi 06-99 sur la liberté des prix et de la concurrence.

La pratique de la normalisation demeure au Maroc encore limitée, même si la tendance semble se confirmer depuis quelques années. De même, la traçabilité n'est pas encore une obligation légale. Définie par la NM ISO 9000, cette dernière est de nature, en renforçant la sécurité des produits, à constituer, outre un moyen de lutte contre l'informel déloyal, un dispositif essentiel de formalisation du marché, de régulation de la concurrence et de convergence avec les normes européennes (la traçabilité des produits commercialisés sur le marché européen est appliquée à partir de juillet 2005).

Dans l'ordre juridique national, les normes d'étiquetage des prix prennent appui sur la loi 06-99 relative à la liberté des prix et de la concurrence stipulant que « tout vendeur de produit ou prestataire de services doit, par voie de marquage, d'étiquetage, d'affichage ou par tout autre procédé approprié, informer le consommateur sur les prix et les conditions particulières de vente ou de la réalisation de la prestation ». De même, le décret n°2-01-10-16 datant du 4 juin 2002 relatif à l'étiquetage des denrées alimentaires et à leur présentation précise les mentions obligatoires devant figurer sur les emballages des produits importés.

4.7. Décliner la politique de la concurrence d'abord dans le secteur des PME. Bien que prépondérantes au sein du tissu productif (environ 92% de l'ensemble des entreprises affiliées à la Caisse nationale de Sécurité sociale et de l'échantillon du ministère de l'Industrie et du Commerce), les petites et moyennes entreprises ne contribuent que faiblement à l'activité économique (10% de la valeur ajoutée et 16 % de la masse salariale, tous secteurs confondus, mais 39% de la valeur ajoutée manufacturière et 46% des salaires distribués par les industries de transformation. Une forte majorité de PME (72%) est concentrée dans les activités de commerce et de services. Durant la décennie 1980, le nombre d'entreprises non financières soumises au régime du bénéfice net réel a été multiplié par près de 2,5 passant de 11 906 entreprises en 1983 à 22 838 en 1990 et à 28 290 en 1993. Cette augmentation a touché surtout les secteurs du

commerce et des services et, dans une moindre mesure, les industries de transformation. Celles-ci ont vu leur nombre presque doubler, passant de 2 854 entreprises en 1984 à 5 540 en 1993. Cet accroissement a surtout profité à la branche de l'habillement qui a réalisé, à elle seule, 33,7% des créations nettes d'entreprises industrielles imposées au bénéfice réel. Il dénote un certain dynamisme de l'entrepreneuriat marocain dont les rangs semblent avoir été renforcés par une « troisième génération d'entrepreneurs » issus de couches sociales et d'activités professionnelles diverses (ouvriers, techniciens, cadres de l'administration, etc.). L'émergence de cette « nouvelle vague d'entrepreneurs », caractérisée par « un esprit de concurrence plus agressif », a été favorisée par les opportunités offertes par l'accès quasi libre au marché européen dans le cadre du régime de perfectionnement passif. De ce fait, toute une industrie de prêt-à-porter dédiée à l'exportation va se développer sur la base des avantages compétitifs que sont la main-d'œuvre bon marché et la proximité géographique et culturelle de l'Europe. Les PME qui s'y sont engagées durant les années 1980 vont contribuer de manière significative, à côté des grands groupes publics, à la transformation de la structure des exportations marocaines où la part des produits manufacturés va passer de 23,3% en 1980 à 65% en 2002 (direction de la Politique économique générale, 2004).

Toutefois, un tel dynamisme entrepreneurial n'est pas moins freiné par une « dépendance du chemin » à la fois interne et externe : insuffisance des investissements et vieillissement du matériel de production, manque de formation du personnel, problème d'organisation, vétusté du matériel de production, rente liée au régime d'accès préférentiel au marché européen. A partir des années 1990, la compétitivité des entreprises marocaines sera durablement confrontée à l'épreuve de la concurrence internationale (démantèlement de l'accord multifibres, adhésion de la Chine à l'OMC, élargissement de l'Union européenne aux pays d'Europe centrale et orientale), des hausses de salaires intervenues au Maroc, de l'appréciation du dirham, etc. Enfin, la concentration des exportations sur le système de perfectionnement passif va contribuer à limiter l'activité industrielle aux opérations d'assemblage dont l'impact sur l'industrialisation du pays est limité.

Pour ce qui est des PME orientées vers le marché intérieur, elles ont souffert de plusieurs contraintes, dont notamment l'impact dépressif des mesures d'ajustement structurel sur la demande interne durant la décennie 1980. Si le classement des contraintes a quelque peu changé durant les années 1990, le poids de la contrainte « faiblesse de la demande » ayant diminué au profit des obstacles liés au comportement de l'administration, du coût du financement et de l'insuffisance des ressources humaines, il n'en reste pas moins vrai que l'environnement ou « climat » des affaires est plus contraignant pour les PME comparativement aux grandes entreprises, aux entreprises affiliées à des groupes marocains et aux filiales de groupes étrangers. Ces contraintes s'ajoutent aux faiblesses internes aux PME (gestion à court terme, sous-capitalisation, sous-encadrement et manque de transparence financière) et hypothèquent lourdement la capacité de ces entreprises à faire face aux défis de la mondialisation et de la zone de libre-échange euro méditerranéenne.

Le problème des capacités concurrentielles des PME est d'autant plus réel qu'à l'érosion des avantages compétitifs traditionnels - émergence de pays concurrents où les coûts salariaux sont plus bas - s'ajoute un handicap lié à la qualité et à l'innovation.

En matière de normes de qualité et de recours aux procédures de normalisation, de certification et d'accréditation, on estime à un peu plus de 200 le nombre d'unités certifiées, ce qui place notre pays loin derrière les pays à niveau de développement comparable. L'adoption de la démarche qualité ne va pas sans poser des problèmes dans la mesure où elle se heurte au style de management paternaliste du propriétaire-dirigeant et à l'absence d'implication du personnel.

Pour ce qui est de l'innovation, le retard du Maroc peut être illustré par le faible nombre d'entreprises ayant une pratique de R&D : 8% des entreprises conduisent des travaux de recherche de façon continue ou discontinue au sein de l'industrie marocaine. Elles représentent, toutefois, 20% du chiffre d'affaires. L'effort moyen de R&D, qui s'élève à 1,4% environ du chiffre d'affaires, est plus important dans les secteurs du textile (4,5% du chiffre d'affaires) et de l'électronique (2,4 % du chiffre d'affaires).

4.8. Privilégier dans la distribution les « règles de raison structurées ». On entend par là un type de règles appliquées au cas par cas, mais assurant une large sécurité juridique et conciliant simplicité de mise en œuvre, flexibilité et prévisibilité (Spector, 2006). Il faut distinguer deux sous-secteurs, celui de la distribution traditionnelle et celui de la grande distribution.

La distribution traditionnelle englobe plusieurs variantes :

- Les *souks* jouent un rôle prépondérant dans les relations de l'agriculteur avec son environnement.
- La plus grande part de la distribution urbaine est assurée par le commerce traditionnel, organisé ou non. La relation personnelle avec le client est importante (fractionnement des produits, crédit au consommateur).
- Une troisième catégorie est constituée par les marchands des rues et les colporteurs qui peuvent échapper à l'impôt.

Dans la grande distribution, les marchés de gros jouissent d'un véritable monopole de l'approvisionnement en ville. Les mandataires sont de véritables rentiers des marchés de gros en tenant des espaces qu'ils mettent à disposition des revendeurs moyennant une commission de 1%, avantage donné le plus souvent à des anciens combattants. (Akesbi, Benatiya, El Aoufi, 2008, p. 109). « Du fait de l'insuffisance d'équipement et de l'absence d'homogénéité des qualités, les prix perdent leur signification et la fonction d'information des marchés de gros est entravée. » Monopole, archaïsme, manque de transparence, sont donc courantes dans ce secteur.

Il faut noter également que le commerce en libre service s'est développé rapidement depuis les années 90 avec l'émergence des grandes surfaces, dominées par quelques groupes, dont l'ONA (Marjane). De son côté, la petite et moyenne distribution peut connaître avec le Plan *Rawaj* une évolution structurelle favorisant une meilleure implémentation des règles de la concurrence.

On distingue plusieurs formes de distribution (Mernissi, 2006) :

- La *distribution sélective* où un fournisseur conclut des accords verticaux avec un nombre limité de distributeurs choisis dans la même zone géographique.
- La distribution exclusive où une entreprise accorde un droit exclusif sur ses produits ou services à une autre entreprise.
- La *franchise* est un type d'accord par lequel une entreprise (le franchiseur) concède à une autre (le franchisee), moyennant une compensation financière directe ou indirecte, la possibilité d'exploiter un ensemble de droits de propriété industrielle ou intellectuelle (portant sur des marques ou noms déposés, des logos, des méthodes, des modèles, des droits d'auteur, un savoir-faire ou des brevets) aux fins de la production et/ou de la commercialisation de certains types de produits et/ou de services.
- La *distribution électronique* qui tend à se positionner en complémentarité et en concurrence avec les variantes classiques de la distribution.

L'application du droit de la concurrence au champ de la distribution est définie par plusieurs articles de la loi 06-99 :

- Extension de la concurrence à la distribution (article 1, alinéa 2).

- Prohibition des actions concertées, des conventions, ententes ou coalitions expresses ou tacites ayant pour objet ou pouvant avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, notamment lorsqu'elles tendent à limiter l'accès au marché, limiter ou contrôler la production, répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement, etc. (article 6).
- Interdiction des pratiques anticoncurrentielles : exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d'entreprises d'une situation de dépendance économique dans laquelle se trouve un client ou un fournisseur ne disposant d'aucune autre alternative, refus de vente, ventes liées, etc. (article 7).
- Prohibition des pratiques restrictives : prix de revente imposé, ventes liées, conditions de vente discriminatoires, refus de satisfaire aux demandes des acheteurs de produits ou aux demandes de prestations de services.
- Contrôle préventif des opérations de concentration : la loi autorise le contrôle de ces opérations dans le secteur de la distribution en application de la notion *d'influence déterminante* qui permet d'appréhender sous l'angle du contrôle des concentrations toutes les formes modernes d'intégration contractuelle de sous-traitance, de franchise. Le seuil quantitatif, qui permet de déterminer si une opération de concentration peut faire l'objet d'un contrôle, est exprimé en parts de marché. Le dépassement du seuil de 40% de parts de marché, sur le marché concerné par la concentration, suffit au déclenchement du contrôle.

Au total, au-delà des spécificités liées à la variété des modes de production et d'échange, il convient de prendre en compte, dans l'élaboration d'un modèle approprié de la concurrence au Maroc, à la fois les frontières et les hybridations existant entre les différents domaines (informel/formel, production/distribution, matériel/immatériel, physique/électronique, etc.), les effets d'échelle et de taille.

On touche alors à un point capital de la pragmatique de la concurrence ayant trait à la problématique des concentrations et des positions dominantes.

4.9. Les grands groupes sont-ils de véritables « champions nationaux » capables de soutenir la compétitivité externe et de promouvoir l'innovation ? Il importe de souligner que, en l'absence de données fiables et d'analyses objectives sur la nature structurelle, stratégique et comportementale des grandes entreprises au Maroc, le présent rapport suggère au Conseil de la concurrence de formuler un programme d'études et d'enquêtes approfondies, systématique et régulièrement mis à jour sur les structures, les fonctionnements, les stratégies et les comportements de marché des grandes entreprises, notamment des grands groupes. Dans la même optique, on préconise en matière d'évaluation (voir plus loin), outre la définition d'un système d'indicateurs et d'information approprié, l'élaboration d'une démarche tenant compte des objectifs du développement, privilégiant une évaluation de type comportemental de la domination et articulante indicateurs généraux et enquêtes spécifiques.

Au-delà de ces limites relatives à l'intégrité des données, les quelques études disponibles (Rapport du Cinquantenaire, 2006 ; Saadi, 2005, 1989; El Aoufi *et al.*, 2005) font ressortir, schématiquement, trois configurations *comportementales* significatives des groupes eu égard aux objectifs de gains d'efficacité, de compétitivité et de développement.

(i) La première combine renforcement des positions acquises et diversification « tous azimuts ». L'exemple le plus frappant est fourni par le groupe de l'Omnium Nord Africain (ONA) qui a cherché tout au long de la décennie 1980 à acquérir une position dominante dans le secteur agro-alimentaire (industrie laitière, industrie des huiles alimentaires, industrie sucrière) où il était très actif à travers l'accroissement des parts de marché (réalisation d'investissements d'extension et de modernisation et rachat d'entreprises telles que Huileries, savonneries Gouin et Cosumar) et, dans une moindre mesure, par un début d'intégration de l'amont de la filière (rachat de SEPO -

Société d'exploitation des Produits Oléagineux -, seule unité de trituration de graines oléagineuses, dans le but de garantir un approvisionnement régulier de ses filiales). Plus tard, au milieu des années 1990, le groupe va entamer une opération de mise à niveau de certaines de ses filiales pour faire face au nouveau contexte de libéralisation et d'ajustement industriel. C'est le cas, à titre d'exemple, de la société Lesieur Cristal qui a connu une véritable restructuration industrielle axée autour des volets suivants : optimisation des coûts et des moyens de production, réduction d'effectifs et recentrage sur les métiers de base, parallèlement à la sous-traitance des activités périphériques (emballage, etc.).

Cette logique industrielle, conçue en termes de technologie, de produits et de contrôle des marchés, se conjugue avec une démarche de diversification de type conglomérat mettant l'accent sur l'aménagement des actifs financiers. Celle-ci semble évoluer dans le temps, tant en ce qui concerne les activités ciblées, les modalités de redéploiement stratégique, que pour ce qui est des objectifs généraux recherchés. Ainsi, tout au long de la décennie quatre vingt, le groupe ONA a-t-il cherché à devenir un acteur majeur dans de nombreux secteurs, en essayant de conjuguer le souci de la rentabilité financière et l'ambition de jouer le rôle de locomotive et d'« éducateur » du secteur privé en matière de modernisation et de mise à niveau de l'économie. La stratégie multisectorielle englobe l'agro - alimentaire, les mines, l'automobile, la pêche hauturière, l'industrie textile, la finance, le tourisme, l'immobilier et la communication et les hautes technologies. Le support principal de cette stratégie conglomérale a été la croissance externe (rachat d'entreprises, privatisation d'entreprises semi-publiques, prise de participations dans des sociétés).

A partir du milieu des années 1990, le groupe ONA procède à un redéploiement stratégique accompagné d'un effort de modernisation du style de management. On assiste ainsi à un recentrage de la stratégie du groupe autour de quatre pôles : mines et matériaux de construction, agro-alimentaire, activités financières et distribution. Une politique de construction de « champions nationaux » ayant la taille critique pour faire face à la concurrence internationale est poursuivie dans chaque pôle. De ce point de vue, deux opérations majeures méritent d'être soulignées : la prise de contrôle de l'important groupe semi-public, la Société Nationale d'Investissement (SNI), suite à sa privatisation par l'État, d'une part et, d'autre part, le renforcement du pôle bancaire et financier de l'ONA, suite au rapprochement/fusion entre la Banque Commerciale du Maroc (BCM) et le groupe Wafabank, donnant naissance au premier « conglomérat » financier du pays. Sur le plan du management du groupe, une nouvelle orientation est adoptée sur la base des choix suivants : formulation claire des critères d'appréciation et des attentes vis-à-vis du management, déconcentration de l'organisation et responsabilisation des directeurs généraux des filiales, création de procédures de reporting, etc. Enfin, un changement dans les objectifs du groupe est clairement affiché où la création de la valeur pour l'actionnaire tend à l'emporter sur les considérations de développement économique et social qui doivent, elles, relever de la responsabilité de l'État.

(ii) La seconde configuration renvoie au processus de financiarisation des activités de certains groupes privés au sens où ces derniers redéployent leurs stratégies au profit du secteur bancaire et financier et aux dépens des secteurs où ils évoluaient auparavant. C'est le cas, par exemple, des groupes SOPAR et Finance.Com. Le premier a développé son pôle financier tout au long de la décennie 1980 autour de la banque commerciale Wafabank au point où il représentait plus de 40% du chiffre d'affaires du groupe en 1992. Cette financiarisation des activités du groupe s'est faite autour du concept d'« offre financière et de service globale » impliquant une diversification des services financiers de la banque par l'adjonction de nouvelles activités rémunératrices telles que le crédit à la consommation (Wafasalaf), le leasing (Wafabail), l'assurance (renforcement de l'activité de la société Nouvelle d'Assurance qui devient Wafa Assurance), l'informatique (Wafa

Systèmes), la monétique (Wafa Monétique), l'ingénierie financière (Wafa Investissement), le négoce international (Wafa Trade).

La nouvelle stratégie du groupe SOPAR semble s'être faite aux dépens des activités industrielles, notamment de l'industrie textile où le groupe détenait des intérêts importants, mais où il a subi les contrecoups de la mauvaise conjoncture économique, de la perte de certains marchés extérieurs (marchés irakien et libyen du fait de l'embargo international appliqué contre ces pays, concurrence asiatique sur les marchés des pays du Golfe) et de certaines erreurs de gestion (surinvestissement, problème de coordination entre le siège social et les usines, etc.), de l'électroménager du fait, notamment, de la libéralisation des importations et du développement de la contrebande, et du bâtiment et travaux publics (faillite de la société Comaprise, Constructions Marocaines et Entreprises).

Le groupe Finance.Com participe de la même analyse, à cette différence près que sa financiarisation est le résultat direct de la privatisation de la Banque Marocaine du Commerce Extérieur (BMCE) en 1995. Ainsi ce groupe, dont l'activité d'origine consiste dans l'assemblage de véhicules et la distribution de grandes marques de l'industrie automobile, a-t-il complètement changé de configuration sectorielle au cours des années 1990. Désormais le groupe est réorganisé autour de quatre pôles où la finance occupe une position leader : un pôle bancaire autour de la BMCE-Bank, un pôle « assurances », un pôle « technologie multimédias » et un pôle « industrie et services ».

(iii) Une troisième configuration caractérise le comportement des groupes ayant décidé de se retirer des secteurs où ils évoluaient auparavant. C'est le cas des groupes SIM (Société Industrielle Marocaine) et Nova Holding qui se sont tout simplement retirés de l'industrie des boissons au profit de la firme multinationale Coca Cola, moyennant une compensation financière. Le groupe SIM a cédé tous ses actifs industriels à Coca Cola pour se reconvertir dans un premier temps dans le financement de la consommation (rachat de la société Credor), avant de céder cette dernière à un important groupe financier de la place.

Au total, ces différentes configurations reflètent bien un comportement économique différencié des groupes face à la libéralisation de l'économie et à l'ouverture à la concurrence internationale. Par conséquent, en matière d'évaluation du bilan entre concurrence et efficacité (voir *infra*, point 8) des grandes entreprises et des groupes, il convient d'appliquer, outre l'analyse de type structurel, une approche privilégiant la grille comportementale d'indicateurs et de données, la seule à même de renseigner sur le fonctionnements réel des marchés.

Dans cette optique, il y a lieu d'approfondir les quelques orientations générales esquissées dans le point suivant.

4.10. Contrôler de façon prospective les concentrations. Pour être crédible, l'action de l'Autorité doit montrer qu'elle est indépendante des pouvoirs en place et, par conséquent, être en mesure de contrôler *ex ante* les principales concentrations, même si elles sont le fait de groupes disposant d'un pouvoir financier, voire politique important.

La loi 06-99 prévoit que le problème ne se pose pas dès lors que le processus de concentration affecte moins de 40% du marché. Mais il est des cas où ce seuil peut être dépassé. La vigilance est ici de rigueur, surtout lorsque des groupes financiers risquent de se retrouver en situation de contrôler la production ainsi qu'une grande partie de la distribution de produits essentiels pour la population.

La mise en œuvre des règles de la concurrence peut suivre un processus ascendant et cumulatif allant des espaces concurrentiels (PME) vers les espaces plus ou moins oligopolistiques (grandes entreprises et groupes), le développement *extensif* (diffusion des règles à grande échelle) devant

donner lieu, de proche en proche, à une implémentation *intensive* et en profondeur du régime de la concurrence à l'échelle de l'ensemble de l'économie.

La loi peut comporter, dans certains cas, des exemptions et des exceptions en faveur de firmes, voire de segments de chaîne de valeur pour des raisons strictes justifiées par la recherche de l'intérêt général et correspondant à des priorités de développement économique et social. De telles entorses à la loi doivent être réversibles et faire l'objet d'une évaluation régulière.

Quatre marqueurs méritent d'être pris en compte afin d'apprécier la qualité de « champion national » pouvant s'appliquer aux grands groupes :

(i) Leur capacité à soutenir la compétitivité externe et à résister aux prises de position dominante par les firmes transnationales dans certains secteurs ou activités stratégiques (production de biens de base, métiers mondiaux).

(ii) Leur contribution au développement économique et au progrès social (réalisation des grands chantiers et programmes dans le domaine industriel, agricole, touristique, des infrastructures, des technologies de l'information et de la communications, de la logistique, etc.).

(iii) La part qu'ils affectent à la recherche/développement, à l'innovation et au partenariat avec le monde de la recherche.

(iv) Enfin, la place qu'ils accordent aux coopérations stratégiques avec les PME nationales au sein de leur chaîne clients-fournisseurs et de leurs stratégies d'externalisation et d'outsourcing. Il convient, toutefois, de vérifier que les consommateurs finaux ne sont pas lésés par le comportement des grandes entreprises, notamment celles qui sont présentes dans des activités situées dans la production et la distribution des mêmes produits.

5. CONJUGUER CONCURRENCE ET COOPÉRATION. Les analyses de la concurrence qui sous-tendent les politiques mises en place dans ce champ s'appuient sur des modèles qui sont le plus généralement des modèles d'équilibre partiel, dont le plus ancien est celui du duopole de Cournot. Dans ces modèles, le prix est déterminé par l'équilibre entre l'offre et la demande et aucun échange n'a lieu en dehors de ce prix d'équilibre. D'autre part le produit est bien défini et aucun doute n'existe sur ses qualités (hypothèse dite de « nomenclature »).

On peut cependant constater, de manière très générale, au Maroc comme ailleurs, que de nombreux échanges portant sur les mêmes objets, peuvent avoir lieu, à un moment donné, avec des prix différents, que la qualité des produits est très souvent sujette à caution et que beaucoup d'entreprises sont en situation de rendements croissants compte tenu de l'exiguïté des marchés aux quels elles s'adressent.

Il existe donc de nombreuses formes d'organisation des marchés, elles-mêmes liées aux autres formes d'organisation de la société (état, production, structures juridiques, etc.). Si l'on considère que le but principal des politiques de concurrence est de défendre les droits des consommateurs sans entraver les processus d'innovation porteurs de progrès pour la société, il est évident qu'il faut analyser de près la manière dont fonctionnent les marchés, ne serait-ce que pour déterminer les types de marchés et d'échanges qui doivent faire l'objet d'une politique active de concurrence.

5.1. La confiance est nécessaire à la concurrence. Dans ce qui suit, on s'intéressera tout d'abord à la manière dont peuvent se réaliser les échanges en tenant compte du comportement des agents (Aoki, 2006). Le point de départ de l'analyse est le caractère problématique de l'échange qui fait que de nombreuses transactions qui seraient utiles pour tous ne se font pas faute de confiance entre les agents qui pourraient les réaliser.

Une illustration simple du risque encouru par un acheteur est de voir le vendeur s'enfuir avec son argent sans livrer la marchandise promise. Tout échange peut se formaliser ainsi a priori sous la forme d'un « dilemme du prisonnier » dans lequel l'équilibre de Nash est que chacun a intérêt à trahir dès lors qu'il n'a pas confiance dans le comportement de l'autre. La confiance est donc essentielle au fonctionnement d'un marché et constitue le plus souvent un préalable à la réalisation de l'échange (Polanyi, 1947 ; Granovetter, 2000).

(i) On peut schématiser la situation de deux agents susceptibles d'entrer dans une relation d'échange par un « dilemme du prisonnier », en opposant deux actions possibles de chacun des protagonistes : être honnête (H) ou tricher (T). La stratégie dominante est T pour chaque agent. L'équilibre de Nash dans un jeu de ce type est obtenu lorsque les deux joueurs trichent. Mais s'ils trichent tous deux l'échange est sans intérêt. L'échange ne peut avoir lieu que si les deux adoptent le comportement honnête H. Mais le joueur honnête perd si l'autre triche.

Les observations de Clifford Geertz sur le marché de Sefrou (Geertz 2003, cité par Aoki 2001) montrent que le désordre apparent du souk révèle en réalité un ordre qui s'est construit entre les participants. « La clientélisation est la tendance, manifeste à Sefrou, pour des acheteurs réguliers de biens et services donnés d'établir des relations continues avec des fournisseurs de ces biens, plutôt que de se lancer, à chaque occasion, dans une recherche nouvelle dans l'ensemble du souk. Le mouvement apparemment brownien des transactions masque en fait un schéma répétitif de relations personnelles informelles ». On a donc ici un cas où, malgré le grand nombre d'intervenants sur le marché, la concurrence n'est pas parfaite et où s'établit en fait une relation de monopole bilatéral laissant place à la négociation.

Une *relation de clientèle* peut se former dès lors que des individus présents sur un marché sont capables d'émettre des signaux de reconnaissance (langue, amis communs, origine géographique commune) et d'investir dans une relation avec l'autre en y consacrant un coût. On peut montrer que si la valeur actualisée du gain obtenu par un échange honnête est supérieure au coût d'établissement de la relation et si la trahison est moins avantageuse que la poursuite de la relation, alors une relation de clientèle peut s'établir et rendre les échanges possibles.

Une stratégie de clientèle peut donc se résumer ainsi : si le message émis par un agent coïncide avec celui du partenaire auquel il a été apparié, les deux partenaires investissent dans la construction d'une relation durable et adoptent à chaque période le comportement honnête. Si l'un d'eux trahit l'autre rompt la relation et cherche à faire de nouvelles rencontres sur le « marché ».

(ii) La confiance dans des comportements honnêtes peut également s'établir dans des *relations de groupe*. Par exemple un groupe de commerçants peut s'identifier en formant un club ou une association qui accorde des avantages à ses membres. Une condition pour être membre du club est de jouer la stratégie honnête, toute violation étant sanctionnée par la radiation du club. Exemples : groupements de producteurs, ordre des médecins,

Ces relations sont efficaces car elles permettent de réaliser les échanges mais elles peuvent aussi être un obstacle à l'innovation. Par exemple si un marchand extérieur au club propose un produit nouveau, le risque est qu'il soit rejeté par les membres du club pour la seule raison qu'il vient bousculer l'ordre établi.

(iii) L'exemple de relation d'échange qui suit est une relation entre marchands et agents locaux définie par des *conventions culturelles*. Dès lors que les marchés s'étendent, un marchand doit faire appel à une autre personne pour réaliser ses ventes. Comment éviter la tricherie qui se traduit dans ce cas par le fait que l'agent s'approprie la valeur de la vente réalisée ?

Une solution possible se trouve dans la répétition dans le temps par les mêmes partenaires de l'opération. Le marchand peut ne pas renouveler le contrat avec un agent qui l'a trahi. Une étude menée sur le commerce au Moyen Age a montré la différence de comportements entre deux ensembles de marchands : le comportement « collectiviste » des Maghrébins d'une part, le comportement individualiste des Génois d'autre part (Greif, 1998). On entre ici dans le cadre de jeux non coopératifs répétés et de l'application du *folk theorem* suggérant une solution individuellement rationnelle en jeux répétés.

Sans entrer dans le détail de la modélisation, on comprend bien que le marchand doit faire en sorte que l'agent n'ait pas intérêt à tricher. Pour cela il faut que le salaire espéré par l'agent tout au long de sa vie compense le gain qu'il pourrait obtenir en trichant.

Un agent qui triche se retrouve à la recherche d'un emploi. Si les marchands échangent les informations sur le comportement des agents et conviennent de ne pas embaucher un agent tricheur, celui-ci ne peut espérer retrouver un emploi. En revanche si les marchands adoptent un comportement individualiste et embauchent indifféremment n'importe quel agent qui se présente, un agent tricheur se retrouve dans une situation plus favorable.

Pour que la menace de non renouvellement soit crédible il faut que les agents, comme les marchands, croient que les informations seront transmises en cas de tricherie et que le non renouvellement du contrat soit effectif. Si c'est le cas, les marchands qui ont un comportement « collectiviste » pourront payer moins cher leurs agents que les marchands « individualistes ». On peut même pousser le raisonnement un peu plus loin et constater que les marchands « collectivistes » ont intérêt à prendre comme agent un autre marchand car les menaces en cas de trahison seront encore plus lourdes parce qu'elles peuvent se traduire par l'exclusion du groupe, privant ainsi le marchand qui aurait trahi de toutes les informations transmises au sein du groupe. La stratégie « collectiviste » s'avère donc plus efficace mais elle comporte un risque : celui de ne pas pouvoir exploiter des possibilités nouvelles d'échange si le réseau de marchands ne dispose pas des personnes nécessaires pour les mettre en œuvre.

Il vient immédiatement à l'esprit que le réseau des petits commerçants souvent originaires de la région du Souss bénéficie de cet avantage qui lui permet de résister à la concurrence des autres formes de commerce. Les Soussis ont développé, de père en fils, leurs activités de commerce en initiant un ou deux de leurs fils pour assurer la relève. Ces détaillants représentent une multitude de points de vente et se trouvent bien répartis dans les quartiers à forte population (Akesbi, Benatiya, El Aoufi, 2008, p. 108). On trouve du reste dans le Souss des réseaux de production très développés dans la filière agro-alimentaire (Askour, 2009). Cet exemple est une illustration de l'importance des rapports non-marchands qui peuvent exister dans l'économie et en particulier dans certaines régions du Maroc.

(iv) Les solutions qui ont été examinées jusqu'ici pour rendre l'échange possible supposent de fait l'absence initiale d'anonymat des partenaires de l'échange ou la rupture de cet anonymat des partenaires de l'échange dès lors que les échanges se répètent. On est donc loin de l'équilibre tel qu'il est défini dans la théorie de l'équilibre général qui décrit des échanges entre des partenaires nombreux et anonymes dont les échanges ne se réalisent qu'une fois les prix égalisant les offres et les demandes sur tous les marchés, la confrontation des offres et des demandes grâce un crieur fictif.

Comment peuvent se réaliser des échanges entre des personnes qui ne se rencontrent jamais et ne se connaissent pas ? Une solution, inspirée par l'exemple des foires de Champagne entre les marchands de l'Europe du Nord et de l'Europe du Sud, consiste à introduire *une tierce personne* dans l'échange. On peut modéliser ce système en supposant qu'il existe un agent privé, neutre et honnête, au quel peuvent s'adresser les agents qui ont été trahis. L'agent privé diffuse, moyennant finance, à tous l'information sur les agents qui ont triché et définit des dommages et intérêts à verser au partenaire trahi. Il indique également si les dommages et intérêts ont été versés ou non. On montre que, dans ces conditions, il peut exister un profil de stratégies qui rend profitable le comportement honnête des partenaires. L'intérêt de cet exemple est de montrer qu'une simple modification de la structure informationnelle peut modifier le comportement des agents et assurer ainsi un fonctionnement correct des marchés.

L'État peut évidemment jouer ce rôle et favoriser ainsi l'échange à condition de ne pas être considéré comme sensible aux éventuels « pots-de-vin ».

On peut considérer que les marchés immobiliers sont des exemples de ce type avec le rôle des agences et des notaires qui mettent en relations les partenaires de l'échange et en surveillent le déroulement (solvabilité des acheteurs, certifications des paiements).

Ce rapide survol de quelques modalités de contrôle possibles des échanges montre leur très grande diversité. Les marchés que nous connaissons dans les économies modernes sont le produit de trajectoires issues d'arrangements qui se sont construits progressivement. On comprend ainsi pourquoi une très grande diversité peut subsister aujourd'hui. Différents facteurs sont en effet à prendre en compte dans la description des institutions de contrôle des marchés. M. Aoki (2006) en distingue quatre :

- Les mécanismes de contrôle proprement dit : confiance personnelle, relation de clientèle, club, échange anonyme, etc.
- Les agents qui permettent la mise en œuvre de ces mécanismes : partenaires de l'échange eux-mêmes, tierce personne, État, tribunaux, etc.
- Les règles du jeu : élimination d'un marchand qui trahit, dissémination de l'information, sanction pénale, etc.
- Les conditions nécessaires au fonctionnement de chacun de ces mécanismes : caractéristiques des agents, canaux d'information, possibilité de se rencontrer à nouveau ou non, caractéristiques techniques de l'échange et des produits.

Les échanges ne peuvent se produire de manière « naturelle ». Ils supposent en fait la mise en œuvre de mécanismes construits progressivement dont certains peuvent se révéler plus performants que d'autres. Il s'agit notamment de permettre que l'échange se réalise. On connaît en effet, par exemple, le risque de *hold up* qui peut se produire lorsqu'un constructeur fait appel à un fournisseur dans le cas où, pour répondre à cette demande, le fournisseur serait obligé de réaliser un investissement utile seulement pour la demande du constructeur (achat d'une machine spécifique par exemple). Dans ces conditions, le fournisseur se trouve en situation de dépendance par rapport au constructeur et, de peur que celui-ci abuse de sa position dominante, refusera l'offre du constructeur. On sait qu'une solution possible est l'intégration du fournisseur par le constructeur. Une autre est la construction d'un marché dans lequel le constructeur achète lui-même les biens d'équipement spécifiques (cas des moules dans la plasturgie) ou se met d'accord avec les autres constructeurs pour organiser un marché des biens intermédiaires garantissant une certaine stabilité de la production des fournisseurs (standardisation des biens, diversification des fournisseurs, recours à des centrales d'achat, etc.).

Il faut souligner que le choix d'un mécanisme de contrôle ne se joue pas seulement dans le marché considéré. Toujours dans le cas des relations entre un constructeur et un fournisseur, il

peut être éventuellement nécessaire que le premier transmette des savoir-faire nouveaux au second. Le risque est alors que les cadres et techniciens du fournisseur qui sont dépositaires de ces nouveaux savoir-faire soient embauchés par des concurrents. Une relation s'établit ainsi entre marché de l'emploi et marché du bien produit.

Il faut donc prêter une attention particulière à la manière dont se constituent les marchés par l'intermédiaire du commerce électronique numérique. Là encore, il est probable que, comme le note Aoki (2006, p. 125), on observe vraisemblablement « la persistance de la complexité et de la diversité des arrangements institutionnels de contrôle des marchés ».

Cette diversité est d'autant plus vraisemblable que les échanges se produisent dans un environnement social donné. Il est évident que dans une collectivité rurale (par exemple un douar de la région du Souss), les rapports entre les partenaires de l'échange ne sont pas les mêmes qu'entre ceux qui s'adressent à un site numérique d'enchères.

On a vu l'importance de la transmission des informations entre les partenaires. Il est possible de plus que, pour certains types d'échange, des partenaires disposent de possibilités de sanctions *en dehors* du système de l'échange lui-même. Un exemple violent est celui des maffias organisées, mais d'autres types de relations sociales peuvent assurer, de manière plus constructive, confiance et transmission d'informations entre partenaires de l'échange (liens familiaux, pratiques de coopération dans d'autres domaines comme l'irrigation ou un club sportif, origines géographiques communes, par exemple).

5.2. La concurrence suppose l'information sur la qualité des produits. Dans ce qui précède, on a vu l'importance de l'information des partenaires dans le contrôle des échanges. L'information prise en compte portait sur le comportement des partenaires.

Il faut aussi, avant de parvenir à une analyse des formes de concurrence proprement dites, introduire la question de l'information de l'acheteur sur la qualité des biens. Trois types de biens sont classiquement distingués (Tirole, 1993, tome 1, p. 210) de ce point de vue, selon que la principale qualité de ces biens peut être connue avant l'achat, après ou jamais.

(i) La plupart des analyses théoriques supposent que la qualité des biens est visible avant l'achat. Il est courant d'appeler ces biens « biens de recherche » (search good). On préférera ici l'expression de *biens aux qualités évidentes* pour indiquer que l'acheteur dispose avant l'achat de toutes les informations qui lui sont utiles pour apprécier l'usage qu'il fera du produit acheté. On peut estimer par exemple que la personne qui achète une robe dans un magasin de prêt-à-porter peut en apprécier la qualité avant de l'acheter. Mais on se rend compte aussitôt que des défauts, non perçus au moment de l'achat, peuvent apparaître ensuite lors de l'usage de ce bien. C'est, du reste, pour cette raison que se sont multipliées les clauses de reprise (par exemple dans les grandes surfaces où il est possible de se faire rembourser un produit défectueux) ainsi que les clauses de garantie. Ces clauses ne vont toutefois pas au-delà d'une certaine durée. En admettant que ces clauses soient complètes, on voit que le produit vendu est alors assorti d'un service qui est alors intégrée dans le prix de vente du produit.

On voit que la qualité des biens achetés est, en définitive, rarement totalement évidente au moment de l'achat et que les clauses de garantie sont rarement complètes et illimitées dans le temps. Même pour des biens de consommation courante, comme les biens alimentaires, ces qualités peuvent ne se révéler qu'à l'usage.

(ii) On qualifie de « biens d'expérience » les biens dont la qualité ne se révèle pleinement qu'avec leur usage. C'est le cas bien connu des voitures d'occasion (Akerlof, 1970, p. 488-500), mais c'est une situation beaucoup plus générale. Par exemple, la relation entre un constructeur et un

fournisseur est de ce type, la réservation d'une chambre d'hôtel par téléphone ou par internet, l'achat d'un produit alimentaire dans un emballage fermé (yaourt, plat surgelé, etc.), le choix d'un fournisseur d'accès (pannes, qualités du service après-vente, etc.).

Plusieurs solutions existent pour rendre ce type de vente possible. L'une d'elles est la vente à un prix suffisamment bas pour que le vendeur accepte le risque de tomber sur un mauvais produit. On mesure le caractère insatisfaisant d'une telle solution car elle fera souvent peser le risque aux acheteurs au pouvoir d'achat faible. Ceux-ci seront les plus vulnérables à la vente de produits frelatés et parfois dangereux pour leur santé. Une autre solution est recherchée par le développement, encore faible aujourd'hui, d'associations de consommateurs capables de réaliser des tests sur les produits les plus courants. L'intervention d'un organisme public de contrôle lorsque celui-ci peut disposer d'une information supérieure à celle des consommateurs (par exemple sur l'hygiène des restaurants) est souvent nécessaire. Très souvent se développent des phénomènes de marque par lequel une entreprise engage sa réputation sur la qualité d'un produit. C'est une manière d'entrer dans une situation de jeu répété qui permet à l'acheteur de sanctionner une entreprise qui ne lui a pas donné satisfaction : « Acheter x, c'est plus sûr ». Cette dernière situation, très courante, soulève la question du marché pertinent lorsqu'on examine les questions de concurrence car elle place de fait une entreprise dans une situation concurrentielle privilégiée si elle est la seule à fournir un produit de qualité reconnue. Elle peut renforcer encore cet avantage en livrant régulièrement sur le marché des produits nouveaux, plus ou moins différents des produits anciens.

(iii) La troisième catégorie de biens, appelés « biens de confiance » (*credence*) est celle dont l'information sur la qualité ne se révélera sans doute jamais complètement.

L'exemple typique est celui du tableau d'un grand maître de la peinture dont la valeur tient pour la plus grande part au fait que c'est bien lui qui l'a peint et qu'il ne s'agit pas d'une reproduction ou d'un plagiat.

Plus courant est le fait que des marques prestigieuses fassent l'objet de contrefaçons. Ce n'est pas *a priori* la qualité intrinsèque du produit qui est en cause mais son origine réelle. Une robe de Dior copiée par le plus habile des tailleurs n'en est plus une. Mais elle restera une robe de Dior tant que tout le monde croira qu'elle a été fabriquée par l'atelier en question.

De même il est possible qu'une huile d'argan soit vendue comme pure alors qu'elle ne l'est pas, sans que le consommateur puisse le déceler. Un produit issu d'une région connue pour la qualité de ses produits peut également avoir été en réalité produit dans une tout autre région où les conditions de production sont plus avantageuses sans qu'il soit possible de le savoir sinon au prix d'une longue enquête. Un produit labellisé « bio » ou « commerce équitable » se trouve dans des conditions semblables. Dans tous ces cas, tout repose sur la confiance accordée par le consommateur aux producteurs ou, plus souvent, aux commerçants détaillants. Le rôle des labels et de leur crédibilité devient alors essentiel, mais on voit bien que ces labels peuvent être également source de position concurrentielle dominante pour les producteurs certifiés, voire pour les producteurs de label eux-mêmes.

Il n'est pas nécessaire d'insister sur le doute qui peut affecter certains produits vendus sur des marchés « parallèles » (chaussures, costumes, stylos, matériel informatique et audiovisuel, etc.)

Les questions soulevées par le problème de la qualité des produits posent aux politiques de concurrence des questions difficiles. La plupart des interventions ont porté sur des marchés où la qualité des produits pouvait être considérée comme peu différente d'un producteur à l'autre. Il n'en est certainement pas de même des situations où il existe de fortes inégalités entre des marchés segmentés. Ceci pose la question de savoir si la politique de concurrence doit se limiter

ou non aux marchés les mieux organisés, dans lesquels il existe une nomenclature des produits bien stabilisés et où le prix peut être la variable de choix déterminante. On peut estimer par exemple que le marché de l'automobile est de cette dernière catégorie comme en témoigne le fait qu'on puisse comparer les prix des voitures d'une même classe (A, B, C,...).

Faut-il également tenter de réguler les marchés de manière à ce que l'information sur la qualité soit disponible pour tous ? Et si oui quelle est l'autorité capable de réaliser une telle tâche ?

5.3. La coopération et la concurrence sont complémentaires en matière d'innovation.

L'origine historique des politiques de concurrence se trouve, on l'a déjà rappelé, dans le *Sherman Act* de 1890 qui lui a donné une orientation marquée contre la constitution des trusts et des ententes. Depuis des précisions importantes ont été apportées avec la recherche d'un arbitrage entre défense des consommateurs et efficacité économique.

Ceci ne peut être fait sans prendre en compte la question des rendements et de l'innovation.

(i) Dans la microéconomie standard, l'équilibre de la firme se trouve en situation de rendements décroissants jusqu'au point où le coût marginal est égal à la recette marginale.

Dans les industries en général et dans les industries modernes en particulier (industrie du logiciel par exemple), les rendements sont croissants. Il en résulte des situations de monopoles naturels.

Pour le Maroc, dont la taille du marché intérieur est relativement faible, la règle est vraisemblablement que les entreprises sont en phase de coûts décroissants. Ceci a une implication évidente pour l'analyse de leur pouvoir de marché car leur coût marginal est supérieur au coût moyen. Une entreprise qui, dans ces conditions, facturerait sa production au coût marginal serait structurellement en déficit. C'est donc plutôt une facturation au coût moyen augmenté d'un taux de marge qui devrait être la règle. Ceci est notamment à vérifier dans le cas des contrats d'off shoring qui lient les grands donneurs d'ordre internationaux aux entreprises marocaines (automobile, habillement, notamment).

(ii) Il y a « économie de variété » lorsque la production de deux produits dans la même entreprise est moins coûteuse que leur production dans deux entreprises distinctes. C'est le cas lorsque des ressources de l'entreprise peuvent être utilisées pour la production de ces deux produits (recherche développement, informatique, personnel qualifié, etc.).

Dans un marché de taille réduite, il peut donc être avantageux que des biens ou des services différents puissent être produits par les mêmes entreprises (par exemple la Suisse dispose d'un service de transport rural géré par la poste suisse).

(iii) Comment prendre en compte l'innovation dans une politique de concurrence ? Il s'agit-là d'une question difficile mais essentielle. Elle est particulièrement aiguë dans le domaine des industries pharmaceutiques qui consacrent des dépenses très importantes à la recherche, la mise au point et les tests de médicaments nouveaux.

Une première question a trait à la propriété des brevets qui crée de fait un pouvoir de monopole. Forcer à ouvrir immédiatement l'usage de ce brevet à la concurrence annihile l'intérêt de la recherche privée mais prive également les consommateurs les moins solvables de la possibilité d'utiliser les nouveaux médicaments.

Une deuxième question posée est celle du marché pertinent pour des produits nouveaux dont l'usage n'est pas encore clairement défini au moment de leur apparition sur le marché. Dans ces conditions « les notions usuelles de marché pertinent, de position dominante et d'abus doivent être reconsidérées » (Combe, 2008, p. 114 ; Aghion et Griffith, 2005 ; Griffith, 2006).

Ces développements mettent en évidence la portée d'une démarche raisonnée visant à promouvoir une modalité optimale plutôt que maximale de la concurrence, prenant en compte

quatre dimensions essentielles: nature des marchés et formation des prix, environnement social des échanges, organisation et fonctionnement des filières, incitation à l'innovation.

6. CONCURRENCE ET COMPÉTITIVITÉ : LA CONCURRENCE OPTIMALE N'EST PAS LA CONCURRENCE MAXIMALE. Toutes les autorités de la concurrence ont adopté le principe d'un arbitrage entre concurrence et efficacité. Il en est ainsi dans la loi marocaine 06-99 dont l'article 42 (§2) stipule : « Le conseil apprécie si le projet de concentration ou l'opération de concentration apporte au progrès économique une contribution suffisante pour compenser l'atteinte à la concurrence. Le conseil tient compte de la compétitivité des entreprises en cause au regard de la concurrence internationale. »

Dans la même perspective, le rapport du Conseil d'analyse économique français précise que « le registre du message politique doit être clair et modéré : la concurrence est non seulement inévitable mais globalement bénéfique. Cependant la concurrence optimale n'est pas la concurrence maximale » (Encaoua et Guesnerie, 2006, p.151).

Toutefois on notera une dimension supplémentaire dans la loi marocaine, celle de la référence à la concurrence internationale, dimension pratiquement absente des analyses menées aux États-Unis ou dans l'Union européenne. Dans celle-ci, l'objectif est, au contraire, de constituer un marché unifié et, donc, de favoriser les échanges entre nations membres.

Il est évidemment difficile de définir *a priori* le niveau optimal de concurrence. La théorie de l'équilibre général repose sur une hypothèse selon la quelle les produits échangeables sont définis. Le rôle des entreprises est de produire certains biens à partir d'autres, qualifiés de facteurs de production. Mais la liste des produits échangeables se modifie constamment du fait des innovations de produits et, d'autre part, les autorités gouvernementales sont amenées à définir de nouveaux produits et, partant, de nouveaux marchés, comme par exemple les droits à polluer ou les droits de propriété.

Pourrait-on imaginer un monde constitué d'individus dont les actions seraient coordonnées par le seul marché ? La réponse est, on l'a déjà souligné, négative car la coordination par d'autres mécanismes que la référence à des prix est fondamentale. L'attribution récente du prix Nobel d'économie à Oliver E. Williamson et Elinor Ostrom est venue précisément consacrer l'importance des organisations, le premier soulignant le rôle des coûts de transaction liés à l'échange de marchandises, la seconde analysant l'effet déterminant des structures sociales dans la prise de décision. D'autres auteurs (Milgrom et Roberts, 1997) ont montré que le marché ne pouvait résoudre certains problèmes de coordination dès lors que des actions devaient être menées très rapidement ou simultanément (gestion des services d'urgence sanitaire par exemple), ou qu'elles étaient liées de manière très étroite entre elles (caractéristiques dites de *design*). D'autres analyses sont venues également souligner la complexité des prises de décision qui ne peuvent se réduire à un comportement individuel d'optimisation sous contrainte (Bensaid, El Aoufi, Hollard, 2007).

La concurrence ne peut donc pas être considérée comme un objectif en soi, mais comme un moyen pour réaliser un objectif plus général. Cet objectif peut lui-même varier dans l'espace et le temps (surplus du consommateur, surplus global, croissance à moyen ou long terme).

Comment dès lors poser le problème de la « bonne concurrence » aujourd'hui au Maroc ?

Encadré 3 Méthodes d'analyse économique

Une étude récente de la CNUCED présente différentes méthodes économiques appliquées par les administrations de la concurrence. On en extrait ci-dessous les principales conclusions.

Définition des marchés. D'après les réponses à l'enquête, le test du monopoleur hypothétique (ou SSNIP : Small but Significant and Non-transitory Increase in Price (hausse légère mais sensible et non passagère du prix) est la méthode la plus courante pour définir les marchés avec des variations, souvent basée sur l'analyse de «la perte critique» ou «l'élasticité critique de la demande». La difficulté principale d'application de ces méthodes étant celle de la collecte des informations disponibles.

Evaluation des fusions. Dans chaque juridiction, la législation spécifie le critère à appliquer aux fusions. En général, il s'agit d'un critère économique, mais des considérations d'intérêt public peuvent entrer en ligne de compte. Par exemple, il peut s'agir de déterminer si la fusion en cause risque d'affaiblir sensiblement la concurrence ou bien de créer ou renforcer une position dominante. Par conséquent, l'évaluation tient compte des circonstances particulières de la fusion et s'appuiera sur un modèle économique permettant de faire des prévisions fiables en fonction de ces circonstances. Beaucoup d'organismes de la concurrence calculent des mesures de la concentration. Or, l'observation empirique a montré que dans un marché réel, la concentration n'est qu'une caractéristique parmi d'autres et pas nécessairement la plus importante. Cela veut dire qu'il faut examiner minutieusement toute une série de données pour en déterminer la pertinence et les incorporer dans la démonstration, c'est-à-dire dans le modèle économique élargi.

On peut aussi analyser les dossiers d'appels d'offres pour estimer l'effet compétitif d'une entreprise. Par exemple, la fréquence à laquelle deux entreprises font des soumissions dans les mêmes marchés publics peut révéler dans quelle mesure elles sont «proches» ou analogues. Si l'on dispose de renseignements sur les autres concurrents, on peut déterminer à quelle fréquence les deux entreprises sont les deux soumissionnaires les plus compétitifs, c'est-à-dire combien elles se font concurrence mutuellement. Avec d'autres renseignements et dans certaines formes d'appel à la concurrence, on peut détecter l'effet de la présence de l'autre entreprise sur les prix de soumission.

Le critère d'après lequel une fusion est évaluée est souvent l'intérêt du consommateur ou éventuellement l'intérêt global, mais certaines lois sur la concurrence exigent l'application de critères multiples pour évaluer une fusion.

Evaluation des restrictions verticales. Peu de réponses à l'enquête traitent directement de l'emploi des sciences économiques dans l'évaluation des restrictions verticales. C'est pourtant un domaine où l'économie a provoqué des changements au cours des dernières décennies, comme en témoigne le changement dans la manière dont la Commission européenne aborde les restrictions verticales.

Ententes horizontales. Les preuves économiques peuvent servir à définir les éléments précis qui doivent prouver l'existence d'une entente. Un type de preuve réside dans la conduite d'une entreprise : elle peut donner à penser qu'une entente a été conclue. Un deuxième type de preuve réside dans la structure du marché : elle peut donner à penser que la cartellisation est possible, par exemple, si le marché est très concentré. Un troisième type de preuve réside dans l'existence de pratiques facilitatrices, c'est-à-dire de pratiques commerciales qui permettent de conclure et de maintenir plus facilement un accord.

Les conduites parallèles - politiques de prix, réduction de capacité ou modalités suspectes d'appel à la concurrence - sont un signal très important; ce sont des indications mais non des preuves.

Les modèles économiques peuvent mettre en lumière chacun de ces types de preuve; les preuves ne peuvent pas être comprises si elles ne sont pas structurées dans un modèle économique.

Source : CNUCED (2009b).

6.1. Aller vers des règles de raison. Il n'est pas question de définir la structure des marchés qui serait optimale pour l'économie marocaine. On peut cependant tenter de signaler quelques pistes qui pourraient permettre d'améliorer le fonctionnement de l'économie de manière à ce que non seulement les consommateurs soient avantagés mais que les perspectives de croissance de l'économie soient plus favorables.

La loi 06-99 précise dans son préambule qu'elle « vise également à assurer la transparence et la loyauté dans les relations commerciales ». Les articles 51 à 54 du titre IV, chapitre 2 « de la transparence dans les relations commerciales et professionnelles » spécifient la nécessité, entre autres conditions, de pouvoir fournir des factures correspondant aux prestations réelles fournies et de connaître les raisons sociales des parties.

Ces clauses sont importantes en ce qu'elles excluent implicitement des marchés les entreprises qui ne sont pas déclarées, celles qui appartiennent au secteur informel. En revanche, rien n'est dit dans la loi sur le marché du travail situé en amont. Ceci s'explique aisément par le fait que cette loi est largement inspirée par les législations adoptées dans les pays européens et les Etats-Unis. Ces législations ont été élaborées dans une période où les salaires étaient relativement homogènes. Or, comme le note le rapport du Conseil d'analyse économique (Encoua et Guesnerie, 2006, p.131) : « l'élargissement de l'Union européenne, et en particulier son dernier épisode, donnent au grand marché une dimension, celle d'une tendance à l'égalisation du prix des facteurs entre pays à niveaux de vie notablement différents, qu'il n'avait pas à ce point auparavant et pas au moment du Traité de Rome. Cette question n'est pas vraiment abordée par la littérature spécialisée [sur la politique de concurrence]. La question des conditions de la concurrence « loyale » doit être revue dans le nouveau contexte. »

Ce constat concerne à double titre l'économie marocaine : d'une part, parce que le niveau des salaires y est inférieur à celui de la plupart des pays européens et, d'autre part, parce que les inégalités de salaire sont fortes dans un pays où la législation du travail et la législation fiscale ne s'appliquent pas uniformément dans toutes les entreprises de droit ou de fait.

Peut-on, en effet, considérer comme loyale une concurrence qui opposerait une entreprise respectueuse du droit du travail et de la fiscalité et une entreprise qui ne le serait pas ? La question, bien qu'elle ne relève pas de la politique de la concurrence *stricto sensu*, doit se poser non seulement au niveau de l'entreprise mais également à celui de l'ensemble des entreprises de la filière situées en amont de celle qui fournit les produits.

6.2. Prendre en compte l'ensemble de la filière de production. Partons ici de la structure des dépenses des ménages. L'enquête sur la consommation des ménages (direction de la Statistique, 2004) montre que, en 2000-2001, le poste « alimentation » bien qu'en diminution relative correspondait à 41,3% des dépenses totales. Parmi les postes dont la part dans les dépenses totales est croissante figurent l'habitation et l'énergie (22,1% en 2000-2001), les transports et télécommunications (7,5% en 2000-2001).

Tableau 1. Structure des dépenses des ménages

Années	Alimen- tation	Habile- ment	Habita- tion et énergie	Équipe- ments ménagers	Hygiène et soins médicaux	Trans-port et com- munication	Enseigne- ment, culture et loisirs	Autres dépenses
2000/01	41,3	4,8	22,1	3,8	7,6	7,5	3,6	9,3
1984/85	48,6	7,3	20,1	5,2	4,6	5,2	3,4	5,8
1970/71	54	10,4	15	4,3	4,1	5,2	2,5	4,5

Source : direction de la Statistique (2004).

Au total, on voit que les trois quarts des dépenses sont affectées à trois types de dépense : alimentation, logement, transports et communications. Si donc, le marché marocain se rapproche progressivement du marché européen, une de ses spécificités reste l'importance de la consommation alimentaire. Parmi les pays européens, seule la Roumanie dépasse le Maroc quant au pourcentage des dépenses consacrées à l'alimentation par les ménages. La moyenne des 27 pays de l'Union européenne était inférieure à 20% en 2005.

Il est donc important d'accorder une attention particulière à la manière dont se déterminent les prix dans ces secteurs. Pour ce faire, il convient de considérer l'ensemble des activités qui participent à la production des biens et services correspondant. L'exemple de l'agriculture, et notamment de la filière agro-alimentaire, est à cet égard éclairant (Akesbi, Benatya et El Aoufi, 2008).

(i) Le marché intérieur des agrumes est caractérisé par un grand nombre d'intermédiaires et une faible transparence du marché. Sur le marché extérieur, l'essentiel des exportations s'effectue sous la forme de vente en consignation, c'est-à-dire de vente par l'intermédiaire d'un commissionnaire qui prend en charge la vente des marchandises ou de vente directe à la grande distribution.

(ii) La filière céréalière est extrêmement complexe et hétérogène : un million de céréaliculteurs, 1 225 commerçants collecteurs, 100 commerçants agréés, 13 SCAM, 1 USCAM, 88 minoteries industrielles, 22 semouleries, 13 orgeries, 18 unités mixtes, 9 090 minoteries artisanales. La commercialisation des produits s'effectue dans une multitude de lieux de commercialisation et un millier de *souks*.

(iii) Le secteur des olives qui pourrait être exportateur souffre d'un défaut de qualité qui ne lui permet pas de faire face à une concurrence européenne très forte. Il est donc orienté vers le marché intérieur. Les raisons du retard tiennent à plusieurs facteurs : « structures foncières, matériel végétal non performant, faible encadrement des agriculteurs, faible trésorerie, retard technologique, circuits de commercialisation longs et complexes, pertes conséquentes à la récolte, traitements industriels archaïques, aucune organisation du secteur productif » (Akesbi, Benatya et El Aoufi, 2008).

On retrouve ici la nécessité d'une meilleure organisation de la filière qui passe probablement par la réduction du nombre d'intervenants et donc une concentration accrue.

(iv) La filière avicole a connu un développement rapide depuis 1980. Certaines contraintes entravent toutefois son développement : « une forte dépendance vis-à-vis du marché extérieur des matières premières, la prédominance d'élevage de faible et moyenne taille et un système de commercialisation caractérisé par la prédominance des détaillants du poulet vif (tueries). De plus, le segment de la transformation du poulet (découpé et préparé) ne représente qu'une proportion insignifiante des ventes totales. [...] La filière ne répond pas suffisamment aux normes de qualité et à la différenciation des exigences des consommateurs. » (Akesbi, Benatya et El Aoufi, 2008). Ici encore la concurrence gagnerait à être mieux organisée.

(v) Dans le marché des viandes rouges, les *souks* occupent une place centrale. Il s'agit d'un marché caractérisé par : « l'insuffisance des structures de commercialisation au niveau des souks où 95% des transactions sont réalisées, l'absence d'organisation professionnelle des producteurs, l'absence d'un système d'information sur les indicateurs pertinents de la filière (prix, qualité, l'insuffisance du système de classification des carcasses (qualité) ; la fixation des prix, la limitation de la circulation des viandes foraines et le système de paiement des transactions au niveau des abattoirs entraînant des distorsions au niveau des marchés (Akesbi, Benatya et El Aoufi, 2008, p. 101).

(vi) Enfin, contrairement aux filières précédentes, la filière sucrière est de fait sous le contrôle de Cosumar (filiale du groupe ONA). On est donc dans une situation opposée aux deux précédentes et la question se pose de savoir quelle est la meilleure du point de vue de la politique de concurrence. La filière est beaucoup moins complexe que les précédentes et sans doute plus lisible quant à la nature des contrats pratiqués et aux prix en vigueur aux différents niveaux. Pour les dirigeants de l'ONA, cette situation de monopole s'explique par l'absence de concurrents.

Encadré 4. Concurrence et efficacité économique

A la question suivante d'un journaliste : « On reproche, dans certains milieux, au Groupe ONA de vouloir s'assurer un monopole de fait sur certains secteurs. Quelle est votre réaction quand vous entendez ce genre d'accusations ? », M. Mouatassim Belghazi, PDG de l'ONA donne la réponse suivante : « Je me dis que les hommes et les femmes de notre Groupe qui font preuve au quotidien d'une éthique et d'une mobilisation admirables ne méritent pas ces reproches. Nous avons tout au long de notre histoire eu le courage d'investir dans des secteurs qui de prime abord n'étaient pas faciles. Qui croyait en la fusion Attijari-Wafabank ? Combien nous ont reproché cette opération en la qualifiant de dilutive ? Qui a osé se lancer dans la GMS, quand la rentabilité n'était pas évidente ? Qui a soumissionné pour la reprise des sucreries, après un premier appel d'offres infructueux ? Beaucoup, là encore, se sont montrés sceptiques quant à la pertinence du rachat par Cosumar des sucreries, jugeant le prix payé trop élevé. Aujourd'hui on ne peut que s'en féliciter.

Il est facile, *a posteriori*, de juger nos positions de leader dans nos marchés, mais chacune a été le résultat d'un pari risqué au départ et d'un engagement au quotidien de nos équipes. »

Source : Aujourd'hui. le Maroc du 5 octobre 2009

Cet exemple est intéressant, car il pose très concrètement la question de l'arbitrage entre concurrence et efficacité économique. On peut, en effet, espérer que la présence d'une entreprise ayant une position stratégique centrale dans une filière soit un facteur d'élévation de la productivité et de la qualité des produits. Tout dépend en réalité ici du comportement de l'entreprise en situation de monopole : s'agit-il d'une entreprise « citoyenne » soucieuse de

l'intérêt général ou d'une entreprise se comportant conformément à la théorie standard en maximisant son profit ?

Seule une analyse précise des prix pratiqués par l'entreprise, de l'affectation de ses profits et de ses choix d'investissement, pourrait apporter des éclairages sur cette problématique.

Reprenons quelques conclusions essentielles relatives aux filières agro-alimentaires (Akesbi, Benatya, El Aoufi, 2008) :

- « Les filières centrées sur le marché intérieur sont les plus complexes et les plus désorganisées. La plus grosse difficulté réside dans la structure atomistique d'une offre non organisée, pour les produits végétaux comme pour les produits animaux[...] Dans ces filières, les grands perdants sont toujours le producteur et le consommateur. On comprend aisément que l'absence d'interprofession soit un fait remarquable pour cette catégorie de filières. »

- Dans les marchés agricoles et agro-alimentaires, « l'Etat n'assume pas encore pleinement sa fonction de régulation dans le cadre d'une économie de marché, pour mettre en place les instruments nécessaires à l'instauration d'un marché transparent, dépourvu de situations de monopole ou d'oligopole, particulièrement pour les produits de base. » (Exemple des marchés de gros).

Ce que l'on doit, à notre avis, retenir de cette analyse, c'est que l'efficacité des marchés passe par l'organisation d'un véritable marché marocain là où on décèle un véritable archipel de marchés locaux dans lesquels la concurrence ne joue en fait que très mal, favorisant ainsi l'apparition de rentes. Une meilleure concurrence passe parfois par une concentration accrue.

L'analyse qui précède mériterait cependant d'être étendue aux autres secteurs. On a vu que, dans les dépenses des consommateurs, les postes les plus importants étaient constitués, après l'alimentation, par le logement et les transports et télécommunications.

Nous ne disposons malheureusement pas d'une étude synthétique semblable à celle de l'agro-alimentaire pour l'ensemble des autres filières, qu'il s'agisse des services ou des biens manufacturiers. Ce serait sans doute un des premiers objectifs à réaliser que de dresser un bilan de l'organisation des différentes filières.

C'est bien, en effet, au niveau des filières qu'il convient de se placer car les échanges interindustriels commencent à devenir importants. On citera ici seulement deux exemples forts différents, celui de l'industrie automobile et celui des serveurs d'accès à internet.

- Dans le secteur de l'automobile, le Maroc s'insère dans un système mondial de production avec le poids désormais prépondérant de Renault dans la production nationale et dont la politique d'achat est déterminante pour les fournisseurs locaux. La question qui se pose est celle du rôle possible des fournisseurs locaux et de leur aptitude à faire face à la concurrence internationale, leurs concurrents étant localisés dans des pays à bas salaires (Roumanie, Turquie, etc.) et les questions d'échelle étant primordiales (Bachirat, 2009). Les indicateurs de concentration qui ne prendraient pas en compte cette dimension ne sont donc pas pertinents, mais il est clair que les relations entre fournisseurs et donneur d'ordre ne sont pas ici celles d'un marché de type concurrentiel classique et relèvent plutôt du contrat « principal » (Renault)/ « agents » (les fournisseurs). Mais il est non moins clair que ces relations sont décisives pour la compétitivité internationale de l'économie marocaine.

- Pour ce qui est des serveurs d'accès à internet, dans un rapport à l'ANRT, les experts signalent le fait suivant, qui souligne le pouvoir de monopole de IAM et suggère qu'il pourrait exister une entente sur les prix des services puisque ceux-ci s'alignent à un même niveau relativement élevé : « Le monopole des services fixes est la principale cause du manque de concurrence réelle dans la fourniture de services Internet. IAM a en effet le monopole sur la boucle locale et sur la capacité entre les points de présence des FSI (backbone).

De ce fait, les FSI se retrouvent dans une situation de dépendance totale vis à vis de l'opérateur historique sans pouvoir se différencier suffisamment des offres effectuées par le fournisseur Internet de ce dernier 'Menara', et ce que ce soit au niveau du prix que de la qualité de service. Cet aspect est souvent relevé par les différents intervenants sur le marché. Aussi, des actions dans ce sens devraient être implémentées afin de permettre une augmentation du niveau de concurrence sur ce marché, qui ne pourrait qu'être bénéfique au consommateur final avec une baisse des prix et une augmentation de la qualité de service.

Cette situation de dépendance des FSI est d'autant plus critique vu que la stratégie d'IAM au travers de Menara est inhabituelle. En effet, vu les différents avantages compétitifs inhérents aux opérateurs historiques, les fournisseurs de services Internet qui y sont rattachés offrent dans la plupart des cas des services d'accès Internet à des tarifs supérieurs à ceux de la concurrence, ce qui n'est pas le cas au Maroc vu que la plupart des tarifs sont alignés entre les différents FSI. »

6.3. Lever les obstacles à l'entrée dans les différentes branches. On a vu plus haut qu'une situation de monopole pouvait ne pas se traduire par un réel pouvoir sur le marché dès lors que l'accès au marché d'autres entreprises était possible.

On sait également que des entreprises innovantes peuvent disposer d'un pouvoir de marché durant la période où elles ont l'exclusivité des brevets déposés. Cet avantage de l'entreprise innovante est positif dans la mesure où il constitue une incitation forte à innover.

L'innovation constitue, en effet, un moteur essentiel des économies modernes. Mais cette incitation à innover n'est possible que s'il n'existe pas d'entraves à l'entrée dans une branche donnée.

On sait que le Maroc dispose de nombreuses compétences capables de concevoir des innovations. Encore faut-il leur donner les moyens de les mettre en œuvre. Une enquête menée auprès des sociétés de service en informatique (SSII) a confirmé qu'il existait, dans ce secteur comme sans doute dans d'autres, des potentialités fortes d'innovation (en l'occurrence dans la production de logiciels adaptés à différentes tâches), mais que ces sociétés marocaines avaient des difficultés à pénétrer dans les marchés de grande taille où elles étaient distancées par les grandes sociétés multinationales.

Il est nécessaire d'évaluer l'ampleur de ces obstacles et définir une politique de concurrence adaptée. Une série de rencontres avec les divers acteurs concernés permettrait, sans doute, dans chacun des secteurs les plus innovants (TIC, santé, pharmacie, mode, etc.), d'avancer des solutions concrètes à ce problème.

Encadré 5. Sur l'incitation à innover

L'élimination du pouvoir de marché (c'est-à-dire un certain profit) même si elle était praticable n'est pas l'un des objectifs que les agences de la politique de concurrence doivent rechercher (c'est-à-dire un certain profit). Il représente, pour la firme, l'incitation la plus efficace pour innover et investir. Les lois de la concurrence doivent donc assurer que les firmes puissent profiter des rendements de leurs investissements. J'ai donc soutenu le point de vue que toute

expropriation d'actifs de la firme (matériels ou immatériels) doit être évitée. En conséquence, le recours à la doctrine des *essential facilities* (ressources indispensables) (fondant l'accès des actifs cruciaux aux concurrents), au contrôle des prix, ou même des remèdes structurels plus drastiques ne doivent être pratiqués que dans des circonstances vraiment exceptionnelles.[...]

Finalement, les forces du marché ne doivent pas être le moyen de tout arranger : pour plusieurs raisons, les firmes en place sont capables de garder et renforcer leur pouvoir de marché. La politique de concurrence doit être vigilante, et garantir un environnement où les concurrents potentiels et effectifs sont capables de contester la situation des firmes bénéficiant d'un pouvoir de marché.

Source : Extrait de Mario Motta (2004), *Competition Policy Theory and Practice*, Cambridge University Press, p. 89 (traduit par nous).

7. VERS UNE AUTORITÉ DE LA RÉGULATION. Les derniers développements mettant en évidence les effets positifs que doit exercer la concurrence sur l'innovation plaident en faveur d'un renforcement à la fois institutionnel et procédural des capacités d'intervention du Conseil de la concurrence. Il s'agit de conférer à ce dernier *l'autorité légale* lui permettant d'agir avec efficacité et d'intervenir de façon préventive, ce qui peut avoir comme conséquence de réduire les coûts de transaction liés au contrôle *ex post*.

Un autre argument plaide en faveur de l'octroi d'un *pouvoir décisionnel* au conseil : si l'orientation de la politique économique est définie par le gouvernement et obéit, dès lors, aux « compromis politiques » élaborés pour former la majorité, la *fonction arbitrale* en matière d'appréciation et d'évaluation des situations anticoncurrentielles doit être totalement affranchie des contraintes liées aux changements de majorité et pleinement assumée par une autorité autonome et neutre. Tout en contribuant à élaborer les *invariants* substantiels de la politique de la concurrence et d'asseoir ses fondements substantiels (philosophiques et juridiques), le Conseil doit également prendre en charge la fonction de mise en œuvre des règles de la concurrence et de veille quant à leur application. De fait, c'est cette fonction de « main visible », indépendante et transparente, qui est susceptible de permettre au Conseil d'exercer pleinement son autorité en matière de *régulation* des marchés et de stabilisation des jeux concurrentiels entre les acteurs économiques.

Une telle fonction de régulation de la concurrence implique le réaménagement de l'infrastructure institutionnelle en vigueur et l'adjonction de *l'autorité légitime* à *l'autorité légale* du Conseil.

7.1. Réaménager l'infrastructure institutionnelle de la concurrence. Dans cette optique il convient de doter le Conseil de la concurrence d'une *infrastructure institutionnelle* élargie et enrichie en termes de dispositifs d'action et d'intervention. Plusieurs perspectives semblent pertinentes.

7.1.1. Elever le Conseil de la concurrence au statut d'Autorité autonome aux plans structurel, financier et organisationnel. La neutralité de l'Autorité doit être signalée, affichée et renforcée par un leadership fort et indépendant sur le plan politique, bénéficiant des qualités d'intégrité morale et d'honnêteté intellectuelle.

7.1.2. Doter l'Autorité du pouvoir de décision et du droit d'auto saisine. Concrètement elle doit disposer du « (...) pouvoir de lancer ses propres enquêtes, de demander des renseignements à toute personne physique ou morale, qu'elle soit publique ou privée, et d'entrer dans les lieux d'affaires pour recueillir de l'information et saisir des documents, des disques durs et d'autres preuves pour l'aider à mettre au jour les méfaits (c'est-à-dire, effectuer un raid éclair). » (Joekes et Evans, 2008).

7.1.3. Reconnaître à l'Autorité le droit d'enquête et d'investigation sur le fonctionnement réel de la concurrence et sur l'application des règles et des normes dans les différents champs régis par la loi. Afin de s'acquitter de cette tâche l'Autorité doit disposer d'un corps d'expertise hautement qualifié (juristes, économistes, etc.) capables d'enquêter sur des cas très spécifiques, d'instruire des dossiers à contenu technique sophistiqué et d'analyser des situations fort complexes.

7.1.4. Redéfinir les liens institutionnels entre l'action de l'Autorité et la politique du gouvernement. Théoriquement les interventions et les décisions de l'Autorité doivent procéder d'un *bilan concurrentiel* des entreprises, des branches ou des filières d'activités laissant au gouvernement le pouvoir d'apprécier chaque cas sur la base d'un *bilan global, économique et social*, prenant en compte une série de facteurs et d'indicateurs ayant trait aux priorités nationales en termes de développement économique, d'équilibre territorial et de cohésion sociale. La décision prise, en dernier ressort, peut faire l'objet d'une révocation par le gouvernement sur la base d'une appréciation politique des impacts qu'elle est susceptible de provoquer en termes de développement national et d'équilibre social.

7.1.5. Etablir une complémentarité plus étroite en matière de régulation entre l'Autorité de la concurrence d'une part, la direction de la Concurrence et des Prix et les instances de régulation sectorielle (Agence nationale de régulation des télécommunications, Haute autorité de l'audio-visuel, Conseil déontologique des valeurs mobilières) d'autre part. Outre la lutte contre la concurrence déloyale, l'exécution des décisions et le contrôle des pratiques anticoncurrentielles, la direction de la Concurrence et des Prix peut exercer son action, de concert avec l'Autorité de la concurrence, dans le domaine de l'enquête et de l'élaboration des différents bilans concurrentiels. Ayant théoriquement une mission *ad hoc* et provisoire de libéralisation du marché, les régulateurs sectoriels sont appelés à être relayés, à terme, par l'Autorité de la concurrence.

7.1.6. Rechercher une meilleure cohérence avec l'organe judiciaire. La loi ne définit que de façon indirecte la relation du Conseil avec l'appareil judiciaire (Lamniai, 2006) :

- Le Conseil, comme le juge, peut être saisi d'une action en annulation des « engagements ou conventions se rapportant aux pratiques d'entente illicite ou d'abus de domination ».
- Les pratiques restrictives de l'article 4 (pratique discriminatoire, refus de vente, ventes liées), résultant d'une entente illicite ou d'un abus de domination dont le Conseil doit être saisi, entraînent également une action en responsabilité devant le tribunal.
- Les juridictions « compétentes sur les pratiques anticoncurrentielles » (définies aux articles 6 et 7 de la loi 6.99) et « relevées dans les affaires dont elles sont saisies » peuvent consulter le Conseil de la concurrence.
- Quant aux pouvoirs du juge dans la mise en œuvre du droit de la concurrence, ils se rapportent, d'une part, à la garantie de la « libre concurrence » (interprétation et qualification des pratiques prohibées par la loi, contrôle de la liberté contractuelle, sanction et réparation du préjudice). Ils concernent, d'autre part, la surveillance de la « loyauté de la concurrence ».

A la différence du droit commun, la loi 6.99 (articles 6 et 7) ne sanctionne les comportements d'abus et d'entente que dès lors qu'ils sont susceptibles de produire un effet anticoncurrentiel. L'abus est considéré comme un comportement illicite en droit civil mais pas du point de vue du droit de la concurrence. A l'inverse, les entreprises en position dominante peuvent tomber sous le coup de l'article 7 de la loi 6.99 même si leurs comportements sont tout à fait justifiés du point de vue du droit civil.

Une mise en cohérence de l'ordre interprétatif juridique avec les principes de la concurrence implique, par conséquent, de forger une coopération étroite entre l'instance judiciaire et l'instance de la régulation.

Au total, la fonction de régulation de la concurrence peut se déployer, on le voit, de façon transversale mettant en jeu une pluralité d'institutions et d'administrations. Toutefois, si l'élévation au rang d'autorité confère au Conseil de la concurrence une base légale pour accroître les moyens et améliorer les dispositifs de son action, il n'en demeure pas moins que c'est de la construction de sa propre *légitimité* et de sa crédibilité aux yeux des parties prenantes, voire de son enracinement social que dépendra son efficacité globale.

7.2. Asseoir la légitimité du Conseil de la concurrence sur la crédibilité et l'efficacité de ses actions et interventions. L'*autorité légale* est nécessaire mais non suffisante pour garantir aux actions de régulation d'être mises en œuvre et aux règles de la concurrence d'être implémentées à grande échelle. Il va falloir asseoir la crédibilité du Conseil sur d'autres ressources qui fondent, du point de vue de l'ensemble des parties prenantes (pouvoirs publics, entreprises, investisseurs, syndicats, société civile, monde extérieur), l'*autorité légitime* de l'action de régulation. Les propositions suivantes visent à assurer au Conseil de la concurrence les conditions d'une large adhésion des acteurs.

7.2.1. Développer une compétence de haut niveau en matière d'expertise et d'analyse. Un programme de formation d'experts et d'enquêteurs peut être initié et mis en œuvre en partenariat avec les universités nationales. L'Autorité doit disposer d'une compétence de haut niveau en matière d'analyse et d'évaluation des situations les plus complexes et pouvant proposer sur la base de *bilans concurrentiels* les solutions les plus appropriées eu égard à la fois aux exigences du développement national et aux contraintes de la compétitivité externe. L'exigence scientifique et technique requise par les travaux d'expertise et d'analyse des fonctionnements complexes de la concurrence et des pratiques anticoncurrentielles impose d'établir des partenariats avec les milieux de la formation et de la recherche au niveau national et international (universités, centres de formation et laboratoires de recherche).

7.2.2. Forger la réputation de l'Autorité sur une base d'indépendance et d'impartialité. Mais c'est surtout l'image signalée par l'action de l'Autorité qui, au-delà de son pouvoir légal et de ses compétences, peut lui offrir le « capital confiance » initial dont elle a besoin pour acquérir sa légitimité. Un tel signal il faut l'articuler, d'entrée de jeu, sur l'affirmation des principes d'indépendance et d'impartialité à l'égard des sphères de pouvoir (politique, économique, financier, etc.) et des parties prenantes (grands groupes, organisations professionnelles, syndicats, associations, ONG, etc.). Cependant, il faut le souligner, c'est dans la durée et par l'exemple que doit s'élaborer la réputation d'autonomie de l'Autorité et son affranchissement de toute *emprise réglementaire* ou exercice d'influence. Afin de neutraliser les comportements de défiance et de défection des acteurs, l'action de l'Autorité est appelée à adopter une éthique de responsabilité et à inscrire ses interventions dans une démarche de transparence. Les avis rendus doivent être fondés, argumentés et justifiés. Les exceptions ou exemptions par rapport à la loi sur la concurrence accordées à des secteurs ou à des entreprises doivent être examinées, de façon récurrente, eu égard au principe d'intérêt général et à l'objectif de développement économique et social.

Dans cette perspective, en plaidant en faveur d'un processus de maturation progressive du régime de la concurrence au Maroc, la pragmatique soutenue tout au long de ce rapport, n'a d'autre visée que de conjuguer l'éthique de conviction, d'engagement et de transparence devant guider l'action de l'Autorité de la concurrence avec l'éthique de responsabilité et le principe de réalité.

7.2.3. Adopter une démarche pragmatique, à la fois interprétative et compréhensive. Une démarche pragmatique se doit de tenir compte de la pluralité des intérêts en présence : intérêt général (biens communs), intérêt public (services publics), intérêts catégoriels et communautaires, intérêts particuliers et individuels. Il s'agit pour l'Autorité de la concurrence de fonder ses interventions et ses avis sur une *logique compréhensive* des intérêts en jeu, des stratégies des acteurs, des tensions ouvertes ou latentes, mais aussi des enjeux nationaux et des défis internationaux. Mais une démarche compréhensive peut ne pas déboucher sur des solutions optimales (au sens de Pareto) et c'est pourquoi l'Autorité, en élaborant son avis, doit expliciter la *logique interprétative* sous-jacente et justifier les choix adoptés.

Tout en observant une attitude exigeante et ferme vis-à-vis des comportements de défection, l'Autorité de la concurrence peut, dans certaines situations particulières, privilégier des modalités de *clémence* (immunité en matière de poursuites judiciaires accordée à un membre du cartel ayant apporté sa coopération à l'enquête) par rapport aux solutions se traduisant par des sanctions pénales.

Par ailleurs, dans un monde de plus en plus mondialisé, l'Autorité de la concurrence peut avoir à faire des arbitrages entre intérêts nationaux et intérêts de grandes firmes étrangères. Sans aller jusqu'à compromettre les opportunités offertes par l'investissement étranger, elle doit interpréter correctement les signes d'abus éventuels de pouvoir de marché (conduite abusive au détriment de plus petits concurrents, conditions imposées à des fournisseurs, etc.) imputables à des firmes étrangères. Il peut même s'avérer, dans certains cas, inévitable d'infliger des peines aux firmes étrangères refusant de coopérer et de fournir des informations utiles à la réalisation de l'enquête.

7.2.4. Mobiliser les intervenants et obtenir l'adhésion à grande échelle des acteurs. Le régime de la concurrence ne fait guère l'unanimité. Il est même l'objet de résistances et d'oppositions notamment de la part d'acteurs risquant de perdre les privilèges acquis et les positions de rente. Au Maroc, on l'a déjà souligné, les réformes institutionnelles entreprises notamment depuis le milieu des années 1990 ont contribué à opérer une rupture avec le protectionnisme relatif des années postindépendance et à créer une dynamique tirée par la compétitivité. Parallèlement, l'émergence d'une nouvelle génération d'entreprises et d'entrepreneurs n'est pas sans entrer en collision avec les logiques clientélistes et les comportements hostiles ou réfractaires à l'ouverture et fermées à la concurrence.

Il convient de déterminer les gagnants et les perdants de la mise en œuvre du régime de la concurrence. L'approche compréhensive doit permettre à l'Autorité de la concurrence de transformer progressivement les oppositions, les hostilités, les défections et les réticences en autant d'adhésions, d'alliances et d'engagements en faveur d'une concurrence loyale et régulée fondée sur une configuration de jeux à somme positive et n'excluant pas la coopération.

Mais dès le départ l'Autorité de la concurrence doit déterminer ce qu'on pourrait appeler, pour ainsi dire, les alliés naturels ou objectifs : associations de défense des consommateurs, ONG, société civile, syndicats, organisations professionnelles des petites entreprises, les médias et, au-delà, l'opinion publique et l'ensemble des citoyens.

Enfin l'Autorité de la concurrence doit éviter à tout prix toute tension avec le gouvernement en raison de son statut autonome et de son pouvoir arbitral et discrétionnaire. C'est en s'inscrivant dans une perspective de « complémentarité institutionnelle » et de convergence stratégique avec l'ensemble des départements ministériels et des instances de régulation sectorielle que l'Autorité peut ajouter au cercle de ses alliés objectifs celui des partenaires organiques, facilitateurs de son action.

C'est, notamment, grâce à la coopération de l'Administration que les problèmes d'information, de données d'enquêtes, d'indicateurs d'évaluation nécessaires à l'établissement des bilans concurrentiels peuvent être résolus.

8. ETABLIR UN SYSTÈME D'INDICATEURS ET D'INFORMATION APPROPRIÉ. La recherche d'une concurrence adaptée aux besoins du pays doit s'appuyer sur une information adéquate. Celle-ci est un problème crucial à laquelle la théorie économique moderne a consacré de très nombreuses analyses.

On a vu que toutes les nations ont à arbitrer entre des objectifs de défense du consommateur et d'efficacité. Dans un pays en développement une attention accrue doit être portée à des priorités comme la défense de l'emploi et la lutte contre la pauvreté.

8.1. Tenir compte des objectifs du développement. Plusieurs exemples mettent en évidence le poids des préoccupations nationales dans les choix en matière de concurrence (Joekes et Evans, 2008). Ainsi dans le cas du Pérou « trop souvent, la libéralisation du commerce a provoqué la fermeture de sociétés de pays en développement inefficaces en raison des pressions exercées par des entreprises internationales plus efficaces. Bien que sur le plan économique, l'élimination de l'inefficacité soit un but louable, le transfert projeté des ressources à partir d'utilisations moins productives vers des utilisations plus productives n'est pas survenu en raison d'un manque de capital et d'esprit d'entreprise. Ainsi, plutôt que de créer de nouveaux emplois, la libéralisation du commerce a entraîné la disparition de bon nombre des rares emplois qui existaient. » (Beatriz Boza, 2005 cité par Joekes et Evans, 2008).

L'Afrique du Sud, qui a fait l'objet d'une étude comparative avec l'Indonésie (Fox, 2000), est l'exemple le souvent cité d'une loi sur la concurrence qui renferme des objectifs de développement national au même titre que les buts classiques que sont l'équité et l'efficacité. Ses objectifs généraux sont orthodoxes (efficacité, adaptabilité et développement de l'économie), mais on y trouve aussi d'autres préoccupations : stimuler l'emploi et favoriser le bien-être social et économique; accroître les possibilités de participation du pays aux marchés mondiaux et reconnaître le rôle de la concurrence étrangère; s'assurer que les petites et moyennes entreprises aient des chances équitables de participer à l'économie; favoriser une plus grande répartition de la propriété en vue, en particulier, d'accroître la propriété des personnes désavantagées, etc. En ce qui concerne les fusions, la loi précise que la commission de la concurrence doit tenir compte de l'effet d'une fusion sur une région ou un secteur industriel particulier, sur l'emploi, sur les petites entreprises ou sur les entreprises contrôlées ou détenues par des personnes désavantagées, et sur la capacité des secteurs nationaux de livrer concurrence sur les marchés internationaux.

Le rapport de la CNUCED (Qaqaya Lipimile, 2008) s'appuie également sur les résultats de Eleanor Fox (Fox, 2000, p. 594) et conclut que dans ces pays « les incitations politiques ont pu s'orienter vers la protection des petites entreprises des populations qui les soutenaient. »

D'autres pays ont introduit des objectifs d'intérêt général dans leur loi. Ainsi la loi sur la concurrence du Mexique autorise le gouvernement à fixer les prix des biens de consommation de base. La loi du Costa Rica permet de limiter, durant une période de six mois, à la fois les licences d'importation et d'exportation, dans l'intérêt public (Joekes Evans 2008).

L'étude du CRDI a révélé qu'en Thaïlande, les entreprises d'État sont exemptées de la loi sur la concurrence et qu'elles se sont adonnées à des pratiques anticoncurrentielles (Nkikomborirak, 2004). On aurait pu conférer un caractère temporaire à l'exemption et la lier au renforcement des capacités. Une telle approche, qu'on appelle progressivité, est maintenant largement acceptée dans le milieu du commerce international.

La Jordanie exempte les accords de faible importance (lorsque la part de marché des entreprises ne dépasse pas les 10 %) à condition qu'ils ne comportent nul accord sur la fixation des prix ou le partage des marchés (Saif et Barakat, 2005).

Enfin, le Maroc permet des exemptions discrétionnaires en faveur des agriculteurs et des petites et moyennes entreprises dans le but de produire un « bénéfice public net » dont la preuve incombe aux entreprises (Achy et Sekkat, 2008).

8.2. Privilégier une évaluation de type comportemental de la domination. L'étude récente de la CNUCED (Adam et Alder, 2008), réalisée à partir d'une revue portant sur 35 juridictions, permet de se faire une idée concrète des différences importantes qui existent dans la manière dont est évaluée la domination dans différentes nations. La domination n'est pas en elle-même condamnable, ce n'est que l'abus qui peut éventuellement en résulter qui l'est. Ce repérage est considéré comme un premier filtre avant instruction des dossiers précis car la plupart des pays font usage, en fait, d'une définition comportementale plutôt que structurelle.

Il existe de plus des cas de conduite anticoncurrentielle de la part de firmes qui ne sont pas en position dominante, mais qui essaient de le devenir. Un exemple connu est celui du marché des navigateurs opposant Microsoft à Netscape.

Les principaux indicateurs utilisés sont (dans 32 cas sur 35) :

- La part de marché de la firme et de ses concurrents.
- La position sur le marché et le comportement des concurrents.
- Les barrières à l'entrée ou à la croissance de la firme.
- Le pouvoir de l'acheteur.
- Les économies d'échelle et de variété, les effets de réseau.
- L'accès aux marchés amont et l'intégration verticale.
- La durée possible du pouvoir de marché.
- La maturité ou la vitalité du marché.
- L'accès aux ressources essentielles (*essential facilities*).

Les parts de marché considérées comme présomption de dominance varient beaucoup d'un pays à l'autre. Il en est de même des parts de marché en dessous desquelles on considère que la domination ne peut être considérée comme significative.

Tableau 2. Présomption de dominance selon les pays

Pays	Présomption de dominance	Seuil de non intervention
Brésil	20%	20%
Bulgarie	35%	20%
Canada	80%	35%
Indonésie	50%	
Allemagne	35%	
USA	70%	50%
Roumanie	40%	
Ukraine	35%	35%
Afrique du Sud	45%	
Hongrie		20%

Source : Qaqaya et Lipimile (2008).

Les barrières à l'entrée peuvent être légales (licences) ou structurelles en raison des coûts irrécouvrables à l'entrée (*sunk costs*). Certains pays prennent en considération la durée de ces coûts dans une approche dynamique.

Le pouvoir des acheteurs peut être tel que, même en situation de monopole, une firme peut être amenée à abaisser ses prix tant qu'ils couvrent ses coûts. Ce cas, fréquent dans les pays émergents, est évidemment très important à signaler pour les entreprises marocaines dont les clients sont de grandes firmes multinationales (textile-habillement, composants automobiles, agrumes, etc.) disposant d'un pouvoir de marché important.

La question des économies d'échelle et de variété se pose d'autant plus que les marchés des pays émergents sont parfois de taille restreinte, ce qui pose en des termes spécifiques la question de l'arbitrage entre le gain d'efficacité dû aux économies d'échelle et le pouvoir de monopole.

Le rapport de la CNUCED incite donc à l'examen des modalités de l'ouverture internationale de ces marchés. Il peut n'exister qu'un producteur dans un pays sans qu'il s'agisse pour autant d'un monopole au sens strict si l'accès au marché national est ouvert aux concurrents étrangers (cas de l'industrie automobile au Maroc).

Une fois la dominance prouvée, il reste à savoir quels sont les comportements à interdire. Le même rapport de la CNUCED fournit de nombreux exemples à ce sujet.

Des cas de prix prédateurs sont signalés. Ceux-ci sont définis en général comme des prix inférieurs au coût variable moyen, pratiqués par une firme en vue de garder ou conquérir une position dominante sur un marché. Plusieurs exemples : la vente à perte de bière par un distributeur pour conquérir le marché de la distribution en Zambie qui s'est conclu par la proposition par le brasseur d'un prix de revente minimum ; un exemple de prix bas, pratiqué en Jamaïque par un distributeur, qui n'a pas été considéré comme prix prédateur parce qu'il n'a pas été prouvé que le prix soit inférieur au coût et que l'offre était de courte durée.

Une autre pratique généralement condamnée est celle de l'imposition par le producteur d'un prix de revente. Celle-ci est interdite en Inde, Nouvelle Zélande et Corée du sud. Un cas de telle pratique a été examiné au Kenya pour les boissons gazeuses où la firme Coca-Cola jouit d'une position très forte. Une enquête très large a été menée et mit en évidence plusieurs pratiques restrictives parmi lesquelles sans doute des prix de revente imposés, des accords d'exclusivité, des ventes liées.

En Zambie, la commission compétente a enquêté sur le secteur de la volaille et a constaté qu'il existait des accords restrictifs entre trois grandes entreprises de la filière. Ces pratiques de cartel

s'étant révélées en contravention avec la législation, la commission les a déclarées anticoncurrentielles et les a annulées.

8.3. Articuler indicateurs généraux et enquêtes spécifiques. Ce qui précède montre à la fois la nécessité de disposer d'indicateurs généraux, communs aux différentes filières et de tenir compte de la spécificité de chaque cas étudié, en intégrant dans l'analyse les objectifs généraux définis par les instances dirigeantes du pays.

Le CRDI propose ainsi une batterie d'indicateurs basée sur l'analyse « Structure/Comportement/Performance ».

Encadré 6. Indicateurs de la concurrence effective

Structure

- Les commerçants sont au moins aussi nombreux que le permettent les économies d'échelle.
- Il n'y a aucune barrière artificielle à l'entrée et à la mobilité.
- Il y a de légères différences, sensibles au prix, dans la qualité des produits offerts.

Conduite

- Il existe une certaine incertitude quant à savoir si les entreprises concurrentes tenteront d'accroître leur chiffre d'affaires et leur part de marché en abaissant le prix de leurs produits.
- Les entreprises cherchent à atteindre leurs buts de manière autonome, sans collusion.
- Il n'y a pas de tactiques marquées par l'iniquité, l'exclusion, l'abus ou la coercition.
- Les fournisseurs et les clients inefficaces ne sont pas protégés en permanence.
- La promotion des ventes est informative ou, à tout le moins, non trompeuse.
- Il n'y a pas de discrimination par les prix persistante et nuisible.

Rendement

- Les activités de production et de distribution des entreprises sont efficaces et ne gaspillent pas les ressources.
- Les niveaux de production et la qualité des produits (c'est-à-dire la variété, la durabilité, la sécurité, la fiabilité, etc.) correspondent à la demande des consommateurs.
- Les profits sont tout juste suffisants pour récompenser l'investissement, l'efficacité et l'innovation.
- Les prix encouragent des choix rationnels, orientent les marchés vers l'équilibre et n'accroissent pas l'instabilité cyclique.
- On tire parti des possibilités d'introduire de nouveaux produits et procédés techniquement supérieurs.
- Les dépenses de promotion ne sont pas excessives.
- Les vendeurs qui répondent le mieux aux désirs des consommateurs connaissent du succès.

Source : Joekes et Evans (2008)

Au Maroc, le programme d'études sectorielles, lancé par le Conseil de la concurrence, propose une série d'indices permettant d'évaluer la « concurrentiabilité » des différentes branches d'activité.

(i) *Degré de concentration du marché* :

- Parts de marché et indice de concentration.

- Pouvoir de marché des entreprises dominantes : parts de marché, puissance financière, effet de portefeuille, maîtrise d'une infrastructure essentielle.

(ii) *Barrières d'accès au marché :*

- Réglementaires : barrières tarifaires, non tarifaires (agrément, exigences normatives, droits de propriété intellectuelle).

- Stratégiques : coûts d'opportunité d'accès au marché (tradition du marché, coût d'investissement, coûts marketing)

- Structurelles : infrastructure, effet de réseau, économies d'échelle

(iii) *Entrées sur le marché depuis au moins 5 ans.*

(iv) *Restrictions éventuelles :* quantité minimale d'achat ou de vente imposée, prix de vente imposé ou conseillé, exclusivité, conditionnalité d'approvisionnement, obligations de non concurrence exagérées, ventes liées (package), conditions générales de vente.

(v) *Perception de la « concurrentiabilité » du marché par les opérateurs :* avis des opérateurs intéressés

Cette grille, qui mérite d'être testée et affinée, met l'accent sur une analyse des structures, cohérente avec l'établissement de règles générales (règles dites *per se*). Ces données ne constituent qu'une des composantes des données que le CRDI propose de rechercher. Il s'y ajoute en effet dans ce dernier cas, des données sur les comportements et sur les résultats. Ces résultats sont en fait évalués également par l'usage qui est fait du surplus dégagé par les entreprises du secteur.

Au Maroc, il existe pour l'instant peu d'analyses sur le degré de concentration (Saadi, 1989; Achy et Sekkat, 2007). Il est d'autre part fort difficile d'estimer l'ampleur du pouvoir de marché. En effet, la difficulté de la mesure du stock de capital, en général et au Maroc en particulier, nous paraît hypothéquer l'utilisation d'une fonction de production néoclassique pour parvenir à une telle estimation.

Les résultats les plus récents concernant la concentration dans l'industrie manufacturière (tableau 3) ont été estimés sur la base des indicateurs suivants : parts de marché (la concentration de la production locale considérée comme forte si la part de marché des quatre premières entreprises excède 75%, faible si elle est inférieure à 50%), pénétration des importations de produits finaux (concentration forte si la pénétration dépasse 50% de la demande intérieure, faible si elle est inférieure à 10%), dépendance des inputs importés (concentration forte si la pénétration dépasse 50% de la demande intérieure, faible si elle est inférieure à 10%), propension à exporter (forte si supérieure à 50%, faible si inférieure à 10%), diversification des produits industriels (mesurée par le nombre de produits différents fournis par les entreprises appartenant à la même branche : faible si inférieur à 2 produits, forte si supérieur à 5 produits), possibilité de substitution.

Tableau 3. Degré de concentration dans les branches manufacturières

Branche	1990	2000	Variation
Produits alimentaires	23,83	20,29	-3,54
Boissons et tabacs	49,22	55,3	6,09
Textile	16,03	13,26	-2,77
Habillement à l'exception de la chaussure	10,09	10,21	0,12
Produits de cuir y compris chaussures	24,95	23,43	-1,52
Bois, produits de bois et ameublement	36,67	39,46	2,79
Papier et édition	42,29	40,24	-2,05
Industrie chimique	50,35	56,74	6,39
Caoutchouc et produits de plastique	42,74	32,68	-10,06
Poterie et porcelaine	28,78	40,37	11,58
Fer, acier et autres métaux	96,49	55,74	-40,75
Produits métalliques manufacturés	18,9	22,08	3,18
Machines	36,49	38,63	2,14
Industrie électrique	49,42	45,73	-3,69
Équipement de transport	48,73	53	4,26
Équipement scientifique et professionnel	91,24	75,68	-15,57
Autres produits manufacturés	55,25	55,79	0,54
Moyenne pondérée par les parts dans la valeur ajoutée	35,50	37,59	1,43
Écart type pondéré par les parts dans la valeur ajoutée	16,65	17,76	7,95

Source : Achy et Sekkat (2007).

En termes de perceptions, l'enquête menée auprès des professionnels dans les secteurs de l'acier, du ciment, de la céramique, des laitages, des boissons non alcoolisées (Achy et Sekkat, 2008) a pris en compte deux « dimensions » complémentaires de la concurrence (tableau 4) :

- La *dimension horizontale* : principales variables de la concurrence, contrôle gouvernemental des prix, rôle du marketing, barrières à l'entrée.
- La *dimension verticale* : exigence sur le prix de revente du produit, exigence de quantité achetée par le revendeur, accords d'exclusivité, contrats à long terme, sanctions pouvant être appliquées par les producteurs aux distributeurs.

Tableau 4. Etat de la concurrence dans des secteurs particuliers de l'industrie manufacturière

	Acier	Ciment	Céramique	Automobile	Pharmacie	Laitage	Boissons non alcoolisées
Niveau de concentration de la production intérieure	forte	forte	forte	moyenne	moyenne	forte	forte
Pénétration des importations de produits finaux	faible	faible	moyenne	forte	moyenne	faible	faible
Dépendance des inputs importés	forte	faible	faible	haute	haute	faible	faible
Propension à exporter	faible	faible	faible	faible	moyenne	faible	faible
Diversification des produits industriels	moyenne	faible	moyenne	forte	forte	forte	moyenne
Possibilité de substitution	faible	faible	moyenne	moyenne	faible	faible	moyenne
Dimension horizontale de la concurrence							
	Acier	Ciment	Céramique	Automobile	Pharmacie	Lait	Boissons non alcoolisées
Principales variables de la concurrence	Prix, proximité	Prix, proximité	Qualité, prix	Marque, prix	Prix, proximité	Qualité, prix	Qualité, prix
Contrôle gouvernemental des prix	Non	Non	Non	Non	Oui	Non	Non
Rôle du marketing	faible	Faible	faible	fort	faible	fort	fort
Barrières à l'entrée	Economies d'échelle	Economies d'échelle	Economies d'échelle	Connaissances techniques, coût de la création d'une marque	Droits de propriété intellectuelle, connaissances techniques, restrictions légales	Economies d'échelle, coût de création de la marque	Economies d'échelle, coût de création de la marque

Dimension verticale (relations avec les distributeurs)							
	Acier	Ciment	Céramique	Automobile	Pharmacie	Lait	Boissons non alcoolisées
Exigence sur le prix de revente du produit	Prix recommandé	Prix recommandé	aucune	Prix recommandé	Non applicable	Prix recommandé	Prix recommandé
Exigence de quantité achetée par le revendeur	Peu fréquent	Peu fréquent	Aucune	Fréquent	Peu fréquent	Peu fréquent	Peu fréquent
Accords d'exclusivité	Rabais sur les volumes	Rabais sur les volumes	Non	Par contrat	Non	Non	Non
Contrats à long terme	Non	Non	Non	Oui	Non	Non	Non
Sanctions pouvant être appliquées par les producteurs aux distributeurs	Parfois refus de vente, suspension des remises	Parfois refus de vente, suspension des remises	Parfois suspension des crédits commerciaux, suspension des remises	Refus de vente, suspension des crédits commerciaux	Parfois refus de vente et suspension des crédits commerciaux		Parfois suspension des remises

Source : Achy et Sekkat (2008).

Ces données sont évidemment un préalable indispensable à une évaluation approfondie. Le point de vue défendu tout au long du présent rapport incite à l'élargissement de la grille d'indicateurs dans deux directions qui pourraient être explorées :

(i) La première consisterait à intégrer dans le questionnaire une évaluation en termes d'objectifs de politique économique, industrielle et sociale du pays. Selon les cas, les deux objectifs (concurrence et politique industrielle) peuvent être complémentaires ou contradictoires (CNUCED, 2009b).

(ii) La seconde serait d'organiser, secteur par secteur, des discussions avec l'ensemble des acteurs concernés, permettant de révéler le maximum d'informations pertinentes et de mettre en regard les structures du secteur, les comportements des acteurs, les résultats obtenus par rapport aux objectifs du pays.

Une telle perspective ne permet sans doute pas la construction d'un indicateur quantitatif de l'intensité de la concurrence dont on pourrait suivre aisément l'évolution dans le temps, mais elle peut dessiner progressivement la voie d'une articulation positive entre politique de concurrence et politique nationale de développement.

9. ELABORER UN GUIDELINES EVOLUANT AVEC L'APPRENTISSAGE DE LA CONCURRENCE.

Au niveau des procédures, le Conseil est appelé à élaborer des *guidelines* ou *lignes directrices* ayant une valeur à la fois descriptive et prédictive sur les règles à observer et les procédures à suivre en matière de concurrence.

Le « guide », à vocation pédagogique, a pour objectif de fournir aux entreprises une présentation claire, simple et précise sur les « champs d'application du droit de la concurrence, sur le

déroulement de la procédure devant l'Autorité et sur les objectifs, critères et méthodes employés pour les analyses au fond. » Il peut constituer, pour l'Autorité de la concurrence, « une directive opposable aux entreprises et invocable par elles. » (Autorité de la concurrence, 2009).

Permettant de garantir aux entreprises le maximum de sécurité juridique, les *lignes directrices* sont appliquées à l'occasion de l'examen par l'Autorité de la concurrence d'une opération de contrôle de concentration, d'entente, d'abus de position dominante, d'influence déterminante, etc.

Le « guide » est le produit d'un contexte déterminé. Par conséquent, il est appelé à être constamment mis à jour « au fur et à mesure de la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence. »

Il doit correspondre au plan législatif aux principes du droit national y afférent (loi de la concurrence, droit commercial, droit sur les sociétés, etc.) et aux normes internationales en vigueur dans le domaine de la concurrence.

Les « spécificités nationales » dont on a tenté, plus haut (point 4), d'esquisser les contours seront prises en compte dès lors qu'elles sont objectivement justifiées par des considérations strictes d'intérêt général. Rappelons que les besoins du pays en matière de développement, de gains d'efficacité, de progrès social et de compétitivité externe peuvent, dans certains cas que le gouvernement est amené à apprécier, surdéterminer l'exigence de la concurrence. On l'a, à maintes reprises, souligné : la concurrence est la règle, les dérogations et les exonérations doivent être l'exception.

Les *Lignes directrices* à élaborer par le Conseil de la concurrence doivent comporter les composantes essentielles suivantes :

- Le rappel des principes de la concurrence et le cadre légal en vigueur.
- La définition des concepts et des indicateurs utilisés (concepts d'entreprise, de concentration, de cartel, d'ententes, de position dominante, d'influence déterminante, de puissance de vente ou d'achat, etc.).
- Les critères d'appréciation des concentrations (gains de coût et en qualité, surplus social), de leur degré, du champ d'application et des seuils de contrôle.
- Les conditions d'octroi des dérogations.
- Les procédures de contrôle (préalable, conditionnel).
- Le déroulement de la procédure et les délais d'examen.
- Le suivi de la mise en œuvre des mesures de contrôle.

On se bornera ici à insister sur la nécessité d'amorcer un processus d'apprentissage. C'est, en effet, au vu des premières actions entreprises et de leur évaluation rigoureuse que pourront progressivement s'élaborer des lignes d'action permettant au Conseil de la concurrence de faire connaître largement les règles qu'il s'est donné. C'est de cette manière que se sont formalisées les *guidelines* des autorités de la concurrence bénéficiant d'une ancienneté de plusieurs décennies.

RÉFÉRENCES BIBLIOGRAPHIQUES

ABIJOU A. (2004), « Tanger-Tétouan : une économie plombée par l'informel », *L'Economiste*, édition électronique 27 octobre.

ACHY L., SEKKAT K. (2007), *L'économie marocaine en questions*, L'Harmattan, Paris.

- ACHY L., SEKKAT K. (2008), «Competition, Efficiency and Competition Policy in Morocco» in K. SEKKAT ed. (2008), *Competition and Efficiency in the Arab World*, Palgrave Macmillan (chapitre 4 pages 123-158).
- ADAM M., ALDER S. (2008), *Abuse of Dominance and its Effects on Economic Development*, in H. Qaqaya et G. Lipimile, *The Effects of Anti-Competitive Business Practices on Developing Countries and Their Development Prospects*, CNUCED.
- AGHION P., GRIFFITH R. (2005), *Competition and Growth, Reconciling Theory and Evidence*, MIT Press.
- AKESBI N., BENATYA D., EL AOUI N. (2008), *L'agriculture marocaine à l'épreuve de la libéralisation*, Economie critique, Rabat
- AKERLOF G. (1970), «The Market of « Lemmons » : Qualitative Uncertainty and the Market Mechanism », *Quarterly Journal of Economics*, 84.
- AL MALIYA (2004), « La contrebande : Un pan redoutable de l'économie informelle », n° 35 décembre, p. 39 et suivantes.
- AOKI M. (2001), *Fondements d'une analyse institutionnelle comparée*, Albin Michel, Paris, 2006.
- AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE (2009), *Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations*, République française.
- ASKOUR K. (2009), *Les réseaux de coopération productive au Maroc : cas de la Filière agro-alimentaire*, Presses universitaires du Maroc, Rabat.
- BACHIRAT B. (2009), *La compétitivité internationale des fournisseurs de composants automobiles et leurs relations avec les donneurs d'ordre*, Thèse de doctorat en cours.
- BAUMOL W., PANZAR J., WILLIG R. (1982), *Contestable Markets and the Theory of Industrial Structure*, Harvard Brace Jovanovitch, New York
- BENSAID M., EL AOUI N., HOLLARD M. 2007 *Economie des organisations. Tendances actuelles* L'Harmattan, Paris/Economie critique, Rabat
- BERNARD C. (1991), *Nouvelles logiques marchandes du Maghreb : l'informel dans les années 80*, CNRS, Paris.
- BILGER F. (1964), *La pensée économique libérale dans l'Allemagne contemporaine*, LGDJ, Paris.
- BOZA B. (2005), *Tailor-Made Competition Policy in a Standardizing World: A Study From the Perspective of Developing Economies*, Centre de recherches pour le développement international, Ottawa.
- CNUCED (2009a), *Recours à l'analyse économique dans les affaires de concurrence*, document préparatoire à la Xème session du groupe international des experts du droit et de la politique de la concurrence de juillet 2009.
- CNUCED (2009b), *Relations entre politique de concurrence et politique industrielle dans le cadre de la promotion du développement économique*, document préparatoire à la Xème session du groupe international des experts du droit et de la politique de la concurrence de juillet 2009.
- COMBE E. (2008), *La politique de la concurrence*, La Découverte, Coll. « Repères », Paris.
- COMBE E. (2005), *Economie et politique de la concurrence*, Dalloz, Paris.
- COMMUN P. dir. (2003), *L'ordo libéralisme allemand. Aux sources de l'économie sociale de marché*, CIRAC/CICC, Cergy Pontoise.
- CRDI (2005), *Concurrence, efficacité et politique de la concurrence dans la région du Moyen-Orient et de l'Afrique du Nord*, Ottawa.
- DAVID P. (1987), « Clio and the Economics of QWERTY », *American Economic Review*, 75(2) 332-337.
- DIRECTION DE LA POLITIQUE ÉCONOMIQUE GÉNÉRALE (2004), « Compétitivité des exportations au Maroc », Document de travail n° 97, Février (M. Toukra et H. Alami Mrani).
- DIRECTION DE LA STATISTIQUE (2004), *Enquête nationale sur la consommation et les dépenses des ménages 2000/2001*, Rabat
- DIRECTION DE LA STATISTIQUE (2003), *Enquête nationale sur le secteur informel non agricole 1999/2000. Premiers résultats*, Rabat.
- DOSI G. et al. eds (1988), *Technological Change and Economic Theory*, Pinter

- DRISSI ALAMI MACHICHI M. (2004), *Concurrence droits et obligations des entreprises au Maroc*, Eddif, Casablanca.
- EL AOUI N. (2009), « L'évolution économique du Maroc indépendant », in *Histoire du Maroc*, Institut Royal pour la Recherche sur l'histoire du Maroc (à paraître)
- EL AOUI N., HERZENNI A., BENSALIM M. (2005), « Croissance économique et développement humain », Rapport du Cinquantenaire, *50 ans de développement humain au Maroc et perspectives pour 2025*.
- EL AOUI N. dir. (2000), *L'entreprise côté usine. Les configurations sociales de l'entreprise marocaine*, Publications du GERRHE, Rabat.
- EL MERNISSI M. (2006), « Rapport introductif » à l'atelier « La concurrence dans le secteur de la distribution » organisé par le Ministère des Affaires Economiques et Générales (direction de la Concurrence et des Prix) à Rabat le jeudi 14 décembre.
- EL MOUDDEN C. (2005), *Les politiques d'intégration de l'économie informelle au Maroc : Aspects juridiques et institutionnels*, Mémoire de DESA en Droit de la concurrence et de la consommation, Faculté des sciences juridiques économiques et sociales, Université Sidi Mohamed Benabdellah, Fès.
- ENCAOUA D. et GUESNERIE R. (2006), *Politiques de la concurrence*, Rapport pour le Conseil d'Analyse économique, Paris.
- FOX E. (2000), « Equality, Discrimination and Competition Law : Lessons from and for Indonesia and South Africa », *Harvard International Journal*, 41 2, Spring.
- FREEMAN C., SOETE L. (1997), *The Economics of Industrial Innovation*, Routledge (3è édition).
- GRANOVETTER M. (2000), *Le marché autrement Les réseaux dans l'économie*, Desclée de Brouwer, Paris.
- GRIFFITH R. (2006), « Concurrence et innovation sur les marchés des produits », in D. Encaoua et R. Guesnerie, *Politiques de la concurrence*, Rapport pour le Conseil d'Analyse économique, Paris. pp. 195-207.
- GEERTZ C. (2003), *Le Souk de Sefrou. Sur l'économie du bazar*, Editions Bouchene.
- GREIF A. (1998), *Genoa and the Maghrebi Traders: Historical and Comparative Institutional Analysis*, Cambridge University Press
- HAJJI N., JAIDI L., ZOUAOUI M. (1992), *Prix et concurrence au Maroc. Douze études sectorielles*, Ministères chargés des Affaires économiques, Rabat.
- HUGON P. (1991), « Les politiques d'appui au secteur informel », in M. Salahddine, *L'emploi invisible au Maroc*, SMER, Rabat.
- JOEKES S., EVANS P. (2008), *La concurrence et le développement. La puissance des marchés concurrentiels*, Centre de recherches pour le développement international (CRDI), Ottawa.
- JORDE T. et TEECE D. eds (1992), *Antitrust, Innovation and Competitiveness*, Oxford University Press.
- LAHLOU R. (2005), « Distribution : la traçabilité pour lutter contre l'informel », *L'Economiste*, 18 février (édition électronique).
- LOUCHAHI L. (2003), « Droit de la concurrence et circuits de la distribution au Maroc », *REMALD*, Rabat.
- MEJJATI ALAMI, R. (1994), *Dynamique des activités informelles au Maroc. Mode de développement, rationalité et réseaux*, Thèse pour l'obtention du doctorat en sciences économiques, Faculté des sciences juridiques, économiques et sociales, Université Mohammed Ben Abdellah, Fès
- MILGROM P., ROBERTS J. (1992), *Économie, organisation et management*, PUG, 1997.
- MINISTÈRE DES AFFAIRES ECONOMIQUES ET GÉNÉRALES, direction de la Concurrence et des Prix (2006), « La concurrence dans le secteur de la distribution », Atelier organisé à Rabat le jeudi 14 décembre.
- MOTTA M. (2004), *Competition Policy Theory and Practice*, Cambridge University Press.
- NELSON R., WINTER S. (1982), *An Evolutionary Theory of Economic Change*, Belknap Press Cambridge.
- NKIKOMBORIRAK D. (2004), « Exemptions and Exceptions: Implications for Economic Performance: The Case of Thailand », in L., Cernat et P. Holmes dir., *Competition, Competitiveness*

and Development : Lessons From Developing Countries, Conférence des Nations unies sur le Commerce et le Développement, Genève, p. 91–109.

PASCON P. (1967), « La nature composite de la société marocaine », *Lamaliif*, n°17, décembre

POLANYI K. (1947), *La Grande transformation. Aux origines politiques et économiques de notre temps*, Gallimard, Paris, 1983.

PUTNAM R. D. (1995), « Bowling Alone : America's Declining Social Capital », *The Journal of Democracy*, 6 :1, p. 65-78.

QAQAYA H., LIPIMILE G. (2008), *The Effects of Anti-Competitive Business Practices on Developing Countries and Their Development Prospects*, CNUCED.

RICHARDSON G.B. (1972), «The Organization of Industry», *The Economic Journal*.

SAADI M. S. (2005), «Secteur privé et développement au Maroc 1956-2002», Rapport du Cinquantenaire, *50 ans de développement humain au Maroc et perspectives pour 2025*.

SAADI M. S. (1989), *Les groupes financiers au Maroc*, Editions Okad, Rabat.

SAIF I., BARAKAT N. (2005), *Competition, c-Competition Policy and Economic Efficiency in the MENA Region : Jordan's Country Report*, Centre de recherches pour le développement international (CRDI), Ottawa.

SALAH DINE, M. (1992), « Place et rôle du secteur informel dans l'économie marocaine », *Connaissance du monde arabe*.

SALAH DINE M. (1991), *L'emploi invisible au Maroc*, SMER, Rabat.

SALIN P. (2000), *Libéralisme*, Odile Jacob, Paris.

SCHERER F.M., ROSS D. (1990), *Industrial Market Structure and Economic Performance*, Houghton Mifflin Company (3^e édition).

SPECTOR D. (2006), « Analyse économique et sécurité juridique : entre règles *per se* et règles de raison », in D. ENCAOUA et R. GUESNERIE, *Politiques de la concurrence*, Rapport pour le Conseil d'Analyse économique, Paris.

TIROLE J. (1988), *Théorie de l'organisation industrielle*, Economica, Paris, 1995.

VISCUSI W. K., HARRINGTON. J. E., VERNON M (2005), *Economics of Regulation and Antitrust*, D.C. Heath and Company

ZOUTEN M. (1995), « Quelle intégration du secteur informel au Maroc ? », *Le devenir de la ville*.

GLOSSAIRE

Abus de position dominante ou pratique d'exclusion. Pratiques commerciales anticoncurrentielles (y compris l'exploitation induite de clients ou l'éviction de concurrents) auxquelles est susceptible de se livrer une entreprise en *position dominante* pour conserver ou renforcer son *pouvoir de marché*. Les abus de position dominante ou les pratiques d'exclusion peuvent comprendre l'établissement de prix abusifs (fixer des prix inférieurs aux coûts pour chasser les concurrents du marché et ensuite les augmenter après leur départ), l'engorgement des réseaux de distribution (ne pas permettre aux distributeurs d'offrir les produits des concurrents) pour exclure les concurrents du marché et le refus aux concurrents de l'accès à des installations essentielles (empêcher une société de transport de débarquer ses marchandises à un quai).

Accords anticoncurrentiels. Lorsqu'au moins deux entreprises s'entendent pour fixer les prix, limiter la production, se partager les marchés sur le plan géographique ou truquer les offres pour l'obtention de marchés de l'État.

Cartels. Arrangements entre entreprises concurrentes destinés à limiter ou à éliminer la *concurrence* s'exerçant entre elles, dans le but d'augmenter les prix et les bénéfices des entreprises participantes, sans produire d'avantages compensatoires objectifs. Dans la pratique, ces arrangements consistent généralement à fixer les prix, à limiter la production, à se partager les marchés, à attribuer des clients ou des territoires, à *truquer* (ou manipuler) *les offres* ou plusieurs de ces éléments en même temps. Les cartels sont préjudiciables aux consommateurs et à la société dans son ensemble du fait que les entreprises impliquées appliquent des prix plus élevés (et réalisent des bénéfices plus importants) que sur un marché concurrentiel.

Clémence. Les programmes de clémence (*corporate leniency program*) visent à récompenser le premier membre d'un cartel qui dénonce ses co-conspirateurs. Quiconque fait une dénonciation à un organisme et fournit des preuves des activités d'un cartel peut voir son amende réduite ou éliminée. Pour que les programmes de clémence fonctionnent, l'autorité de la concurrence doit jouir d'une réputation de rigueur et d'application dynamique.

Collusion. On parle d'une situation de collusion lorsque, en coordonnant leurs actions, plusieurs entreprises essaient de se comporter comme une seule. L'objectif de la collusion est d'obtenir un profit total plus élevé que celui réalisé en situation d'*oligopole*, le cas limite étant le profit de *monopole*. Instruments utilisés : fixation en commun des prix, l'établissement d'un barème de prix diffusé à l'ensemble des membres d'une profession, la répartition géographique des marchés entre les participants au *cartel*.

Conduite/pratiques anticoncurrentielles. Toute activité qui vise à limiter la *concurrence* ou à prélever une *rente*. L'activité comportera un *accord anticoncurrentiel*, un *abus de position dominante* ou une *fusion*.

Courtoisie. Principe appliqué dans le domaine de la *coopération internationale* en matière de politique de la concurrence. Par courtoisie négative, tout pays partie à un accord de coopération garantit qu'il tiendra compte des intérêts importants des autres parties à cet accord dans l'application de ses propres règles de concurrence. Par courtoisie positive, un pays peut demander aux autres parties à l'accord de prendre les mesures appropriées, prévues par leur droit de la concurrence, contre un comportement anticoncurrentiel perpétré sur leur territoire et affectant des intérêts importants du pays demandeur.

Elasticité critique. Elasticité maximum de la demande avant fusion pour un groupe de produits et une zone, telle qu'un monopoleur hypothétique sur ce marché cible augmenterait le prix d'au moins une valeur seuil, par exemple 5 %.

Emprise réglementaire. Situation où un organisme de réglementation de l'État (par exemple une autorité de la concurrence), qui est censé agir dans l'intérêt public, subit la domination des intérêts en place des entreprises déjà présentes dans le secteur qu'il est chargé de surveiller.

Enjeux de Singapour. La première conférence ministérielle (la plus haute instance de décision de l'OMC) a eu lieu à Singapour, en 1996. Au cours de cette rencontre, des États membres ont soulevé certaines questions « liées au commerce », notamment l'interaction du commerce et de la politique de la concurrence et celle du commerce et de la politique d'investissement. Le Groupe de travail de l'interaction du commerce et de la politique de la concurrence de l'OMC a

accompli des progrès considérables quant au partage des expériences relatives au droit de la concurrence entre les membres (OMC 2001, 2003). Mais l'opposition à l'inscription de la concurrence à l'ordre du jour des négociations a augmenté petit à petit. Avec deux autres points proposés, la question de la concurrence a été écartée des délibérations de l'OMC après la conférence ministérielle de Cancún, en 2003.

Exceptions et exemptions. Presque toutes les lois sur la concurrence prévoient certaines exceptions et exemptions. Par exemple, l'Union européenne prévoit une exemption générale dans le cas de l'agriculture. Les exceptions peuvent être inscrites dans la loi, ou la loi peut conférer à l'autorité responsable le pouvoir d'exempter les entreprises au cas par cas. Cela explique la différence entre les « exceptions » inscrites dans la loi et les « exemptions » accordées par les autorités administratives.

Fusion. Transfert du patrimoine d'une ou de plusieurs sociétés à une autre société, au moyen de l'absorption par une société préexistante ou de la création d'une société nouvelle. La fusion est une opération par laquelle les sociétés peuvent accroître leur taille, développer des activités existantes ou nouvelles et augmenter leur pénétration ou pénétrer sur des marchés nouveaux. La fusion peut avoir plusieurs objectifs : la recherche d'une plus grande efficacité économique ou d'un *pouvoir de marché*, une diversification, un redéploiement géographique sur d'autres marchés, l'obtention de synergies financières, la recherche-développement, etc. Il y a trois types de fusions : la fusion horizontale, la fusion verticale et la fusion conglomérale (ou hétérogène). La fusion horizontale intervient entre des entreprises qui produisent et vendent les mêmes biens, c'est-à-dire entre des entreprises concurrentes. Les fusions horizontales de grande dimension sont susceptibles de réduire la concurrence sur un marché et font souvent l'objet d'un contrôle de la part des autorités de la concurrence. La fusion verticale (*intégration verticale*) se réalise entre des entreprises qui opèrent à différents stades de la production et permet généralement d'atteindre une meilleure efficacité économique, mais elles ont parfois des effets anticoncurrentiels. La fusion conglomérale se fait entre des entreprises qui exercent des activités qui n'ont pas de liens entre elles.

Marché pertinent. Un marché pertinent est défini comme un ensemble de produits présentant entre eux une forte substituabilité au niveau de l'offre et de la demande. Au niveau de l'offre, il y a substituabilité lorsque de nouveaux producteurs peuvent offrir un produit similaire à ceux qui sont déjà sur le marché. Au niveau de la demande, la substituabilité signifie que des produits différents sont considérés comme interchangeables par les consommateurs.

Monopole/monopsonie. Situation d'un marché sur lequel il n'existe qu'un seul vendeur (monopoleur) qui, étant donné l'absence de concurrence, possède un *pouvoir de marché* extrêmement fort, équivalent à l'existence d'une *position dominante*. En cas de monopole, la production est normalement inférieure et les prix supérieurs à ce qu'ils seraient dans des conditions concurrentielles. On peut également considérer qu'un monopoleur réalise des bénéfices supérieurs à la moyenne (c'est-à-dire des bénéfices qui dépassent la rémunération normale du capital). Une situation analogue du côté de la demande, c'est-à-dire un marché ne comportant qu'un seul acheteur, est appelée monopsonie.

Monopole naturel. Certains secteurs ont des coûts d'entrée exceptionnellement élevés. Par exemple, il est peu probable qu'une entreprise qui entre sur le marché construise un nouveau métro, un réseau routier ou un gazoduc parallèlement à un autre qui existe déjà, et rares sont les secteurs ou les pays qui accepteraient de payer les coûts, financiers et sociaux, de l'existence de deux réseaux de métro ou de pipelines. Une fois qu'une entreprise a investi dans des installations, ses coûts marginaux vont toujours diminuer. On dit donc qu'elle jouit d'un certain monopole

naturel à l'égard de certains éléments de sa sphère d'activités. De tels secteurs sont habituellement fortement réglementés pour les empêcher d'abuser de leur pouvoir de monopole, par exemple en limitant l'accès des rivaux à une installation essentielle (comme un pipeline ou un port).

Oligopole. Structure du marché caractérisé par un nombre très limité de vendeurs qui ont conscience de leur interdépendance lorsqu'ils adoptent des décisions stratégiques concernant, par exemple, le prix, la production et la qualité. Au sein d'un oligopole, chaque entreprise sait que son comportement sur le marché affectera sensiblement les autres vendeurs et leur comportement sur le marché. En conséquence, chaque entreprise tiendra expressément compte des éventuelles réactions des autres acteurs. Dans les affaires de concurrence, le terme est également souvent utilisé pour désigner des situations où un petit nombre de gros vendeurs dominant ensemble la structure concurrentielle et où les quelques vendeurs restants, de petite taille, s'adaptent à leur comportement. Le terme d'oligopoleurs est alors fréquemment utilisé pour qualifier les gros vendeurs. Dans certains cas, cette situation peut également être considérée comme position dominante collective ou oligopolistique.

Per se. Les interdictions *per se* rendent illégal un type d'accord que celui-ci ait ou non occasionné un préjudice.

Perte critique. Perte maximum de quantité vendue qu'un monopoleur serait disposé à subir pour maintenir une hausse de prix donnée.

Pouvoir de marché. Pouvoir d'une entreprise sur un marché donné. En économie, le pouvoir de marché désigne à la base la capacité des entreprises de fixer des prix supérieurs au coût marginal d'une manière que cela soit rentable. En matière de concurrence, le pouvoir de marché est déterminé à l'aide d'une analyse structurelle du marché, notamment du calcul des parts de marché, qui oblige à examiner s'il existe d'autres producteurs des mêmes produits ou de produits substituables (substituabilité). L'analyse d'un pouvoir de marché doit également apprécier les barrières à l'entrée ou à l'expansion (*barrières à l'entrée*) et le degré d'innovation. Elle peut par ailleurs faire intervenir des critères qualitatifs, tels que les ressources financières, l'intégration verticale ou la gamme de produits de l'entreprise concernée.

Prix prédateur. On dit d'une entreprise qu'elle a un comportement de prix prédateur (*predatory pricing*) lorsqu'elle fixe temporairement un prix faible dans le but de contraindre un concurrent à quitter le marché et de réaliser ensuite un des profits de monopole. La prédation suppose une intention d'exclure un concurrent au moins aussi efficace que le prédateur. La prédation n'est pas équivalente à la « vente à perte », celle-ci n'impliquant pas nécessairement une volonté de prédation.

Raid éclair. Un raid éclair survient lorsqu'une autorité de la concurrence a le pouvoir d'investir les locaux d'une entreprise, de copier ou de saisir des documents, de copier ou de saisir des disques durs d'ordinateurs et de rapporter des éléments de preuve qui l'aideront à mettre au jour des preuves d'infractions.

Règle de raison. Démarche consistant à mettre en balance les aspects pro concurrentiels et anticoncurrentiels d'une pratique commerciale restrictive lorsqu'on a à statuer sur sa possible interdiction. Certaines pratiques à première vue restrictives pourront, après plus ample examen, être jugées bénéfiques du point de vue de l'efficacité. Le contraire de la règle de raison est l'illégalité *per se*, c'est-à-dire l'interdiction absolue et automatique de certaines pratiques. Par exemple, les ententes sur les prix et les régimes de prix imposés sont illégaux *per se* dans de nombreux pays.

Rente. Une entreprise (ou un groupe d'entreprises agissant de manière anticoncurrentielle) peut prélever une rente lorsqu'elle détient un *pouvoir de marché* en limitant la production, ce qui oblige les consommateurs à payer davantage que ce qu'ils paieraient sur un marché concurrentiel. La rente procure un bénéfice économique (revenu moins coûts d'opportunité économique). Les coûts d'opportunité économique diffèrent habituellement des coûts comptables explicites. La plupart de ce rajustement reflète habituellement le coût d'opportunité du capital.

Restrictions caractérisées. Restrictions de la *concurrence*, par des accords ou des pratiques commerciales, considérées par la plupart des juridictions comme très graves et ne produisant généralement aucun effet positif. Elles enfreignent presque toujours le droit de la concurrence.

Small but Significant and Non-transitory Increase in Price (SSNIP). Hausse légère mais sensible et non passagère du prix. La délimitation du marché se fait en estimant les effets d'une hausse des prix de 5% pendant un an. Si un nombre suffisant d'acheteurs sont susceptibles de s'orienter vers d'autres produits et rendent la hausse des prix non profitable, le marché ne peut être considéré comme pertinent et un panier de biens plus large doit être considéré.

Soumissions complémentaires. Certains fournisseurs présentent délibérément des offres inacceptables de sorte qu'encore une fois, l'offre gagnante est déterminée à l'avance. Ces techniques et d'autres encore donnent l'impression que les offres sont concurrentes, mais elles dissimulent en réalité des prix gonflés et une piètre qualité. Qu'il touche le secteur public ou le secteur privé, le truquage des offres est toujours anticoncurrentiel, et il en résulte une mauvaise utilisation des fonds publics ou des prix élevés pour le consommateur.

Soumissions (rotation des). Procédé aux termes duquel les fournisseurs s'entendent entre eux pour présenter tour à tour la soumission la moins disant.

Soumissions (suppression des). Certains fournisseurs ne présentent aucune offre afin qu'une offre choisie à l'avance soit acceptée.

Truquage (ou manipulation) des offres. Un type de coordination entre les entreprises, qui nuit à un processus d'appel d'offres. Par exemple, des entreprises peuvent convenir à l'avance de leurs offres respectives et décider de celle qui fera l'offre la moins disant; certaines peuvent convenir de ne pas présenter d'offre ou de présenter une offre élevée afin qu'une offre prédéterminée soit retenue.

Vente liée. Pratique commerciale consistant à lier la vente d'un produit à l'achat d'un autre produit

Sources : CRDI (2005) ; Commission européenne (2003) ; OCDE (1993).

INDICATEURS

Economies de gamme. Ce sont des économies de coût qui peuvent être engendrées par une opération de concentration issue d'une fusion de plusieurs entreprises opérant sur des marchés connexes. Il y a économie de gamme lorsque le coût de la production jointe de plusieurs produits est inférieur au coût de la production de chacun d'entre eux séparément.

Elasticité prix croisée. Elle mesure la substituabilité de la demande. C'est la variation relative de la demande du produit Y suite à une variation relative du prix du produit X. Trois situations

peuvent être envisagées : si l'élasticité est inférieure à 0, les deux produits sont complémentaires. Si l'élasticité est égale à 0, les deux produits sont indépendants. Enfin les deux produits sont substituables si l'élasticité est supérieure à 0 et étroitement substituables si elle est supérieure à 1.

Indice de Herfindhal-Hirschman (IHH). Cet indice de concentration est égal à la somme des carrés des parts de marché, exprimées en pourcentage, de toutes les firmes présentes sur un marché. Sa valeur maximum est donc, en cas de monopole, égale à 10000. Elle tend vers 0 en cas de concurrence parfaite (une infinité d'entreprises avec des parts de marché égales)

Indice de Lerner. Mesurant le pouvoir d'achat, il est égal au rapport (prix-coût marginal)/coût marginal. Ce rapport s'annule en cas de concurrence parfaite.

Taux de marge. Le taux de marge est égal au rapport (prix – coût moyen)/coût moyen