

Concurrence et croissance

Choix, innovation, croissance, sont parmi les principaux bénéfices de la concurrence. Face à ses concurrents, une société doit se démarquer par ses produits, ses services, ses prix afin de conquérir de nouveaux clients. Comme dans le sport, la compétition est un stimulant qui incite les entreprises à se dépasser, favorisant la croissance et le pouvoir d'achat des consommateurs. La concurrence est en cela génératrice de gains substantiels pour la collectivité.

Ouvrir les marchés à de nouveaux entrants

La concurrence est un vecteur d'accès au marché, à la fois pour les entreprises et pour les consommateurs. Elle constitue une porte d'entrée pour les nouveaux acteurs qui présentent souvent des modèles économiques différents, parfois plus efficaces.

Véritable levier pour aider ceux qui sont tournés vers l'avenir et qui prennent des risques, la concurrence ouvre ainsi la voie à la naissance d'idées neuves, de nouveaux formats, de processus de production novateurs favorisant la croissance et *in fine* l'emploi. Elle permet de répondre à des demandes insatisfaites : les nouveaux entrants s'adressent souvent à des clients qui ne consomment pas ou plus parce que le produit ou le service est devenu trop cher ou trop complexe par rapport à leurs besoins ou leur disposition à payer.

Parce qu'elle récompense le mérite, la concurrence est porteuse d'espoir et synonyme d'opportunité pour ceux qui innovent.

Une productivité et une innovation accrues

Pour les entreprises installées, la compétition économique est une incitation à innover en permanence et à améliorer leur productivité afin d'être toujours efficaces, performantes et de rester ainsi dans la course pour continuer à s'attirer les faveurs des consommateurs.

La concurrence est aussi synonyme de plus de choix en matière de produits, de services et de prix. Elle conduit également à élever le niveau de qualité et facilitent l'introduction d'innovations de rupture par les nouveaux entrants.

A titre d'exemple, l'innovation technologique dans le secteur des VTC et des taxis, avec les smartphones, a ouvert de nouvelles opportunités de croissance et d'emplois.

Exemple du transport de voyageurs par autocar

Depuis la réforme de 2015 ("loi Macron") qui a vu la libéralisation du transport de voyageurs par autocars les Français se sont vu proposer des solutions de transport alternatives. Moins onéreux, le transport par autocar a particulièrement séduit les jeunes et les seniors, moins sensibles au temps de transport. L'ouverture de ce marché a permis d'adresser une clientèle, qui ne l'était pas jusque-là. Ainsi, lors d'un sondage mené en 2016 par l'Autorité de régulation des activités ferroviaires et routières (Arafer), 17% des clients des cars déclaraient qu'ils n'auraient pas voyagé s'ils n'avaient pas pu emprunter le bus. La taille du marché s'est ainsi élargie.

L'impact néfaste des pratiques anticoncurrentielles sur la compétitivité

Le droit de la concurrence est un droit au service de la compétitivité, en permettant aux entreprises de jouer à armes égales. Les producteurs en tirent tout autant bénéfice que les consommateurs.

Si les pratiques anticoncurrentielles (ententes, abus de position dominante) sont dommageables pour les consommateurs, elles sont également nuisibles et pénalisantes à terme pour leurs auteurs lorsqu'ils figent leur stratégie, ne sont plus inciter à l'innover et maintiennent des prix artificiellement élevés.

Ces pratiques sont aussi dommageables aux autres entreprises, en augmentant le prix des produits intermédiaires et par conséquent les coûts de production pour les entreprises en aval, lesquelles sont souvent des PME. Lorsque les entreprises s'entendent sur les prix dans le secteur des produits intermédiaires, c'est la compétitivité de toutes les entreprises, petites comme grandes, qui est affectée. En 2013, de grands groupes industriels (Thomson, Seb, Saint-Gobain...) mais aussi de nombreuses PME, comme des blanchisseries, ainsi que des collectivités hospitalières (comme le CHU de Dijon) ont ainsi été victimes de l'entente entre les quatre principaux distributeurs de produits chimiques présents en France, en payant plus cher leur approvisionnement en matières premières.

De même, lorsqu'une entreprise est en situation de position dominante et qu'elle abuse de cette position en verrouillant le marché, elle nuit à l'essor de nouveaux modèles économiques et peut brider le développement des PME. Le rôle de l'Autorité de la concurrence dans la détection de ces pratiques est donc crucial.

La concurrence, néfaste pour l'emploi ?

Une idée répandue tend à considérer que, la concurrence - si on lui reconnaît un impact positif sur les prix - détruirait des emplois. Pourtant, **l'expérience montre au contraire que ce sont les mesures limitant la concurrence qui exercent un effet négatif sur l'emploi**, à l'image des mesures restrictives adoptées en France dans le commerce de détail.

La dynamique concurrentielle est par principe disruptive des positions établies et la recomposition de nouveaux équilibres, entraîne nécessairement une phase de transition qui peut être inconfortable. Il faut toutefois bien garder à l'esprit que ce processus de déstabilisation de l'existant est temporaire et permet de construire un avenir meilleur, les emplois créés dépassent souvent les emplois détruits. Sur le long terme, la concurrence est un facteur de croissance, d'innovation et de création d'emplois.

Comment cela s'explique-t-il ?

D'une part, la concurrence, en faisant baisser les prix, augmente la taille du marché. D'autre part, les gains de pouvoir d'achat se reportent sur d'autres produits ou dans d'autres secteurs. Ainsi, dans le secteur des transports par exemple, l'arrivée des compagnies *low cost* dans l'aérien ou encore la libéralisation du transport par autocar ont conduit à la création d'emplois directs mais également indirects dans le secteur plus large du tourisme (hôtellerie, restauration).