Journée franco-allemande de la concurrence

Effets de réseau dans l'analyse concurrentielle

14 novembre 2016

Bundeskartellamt

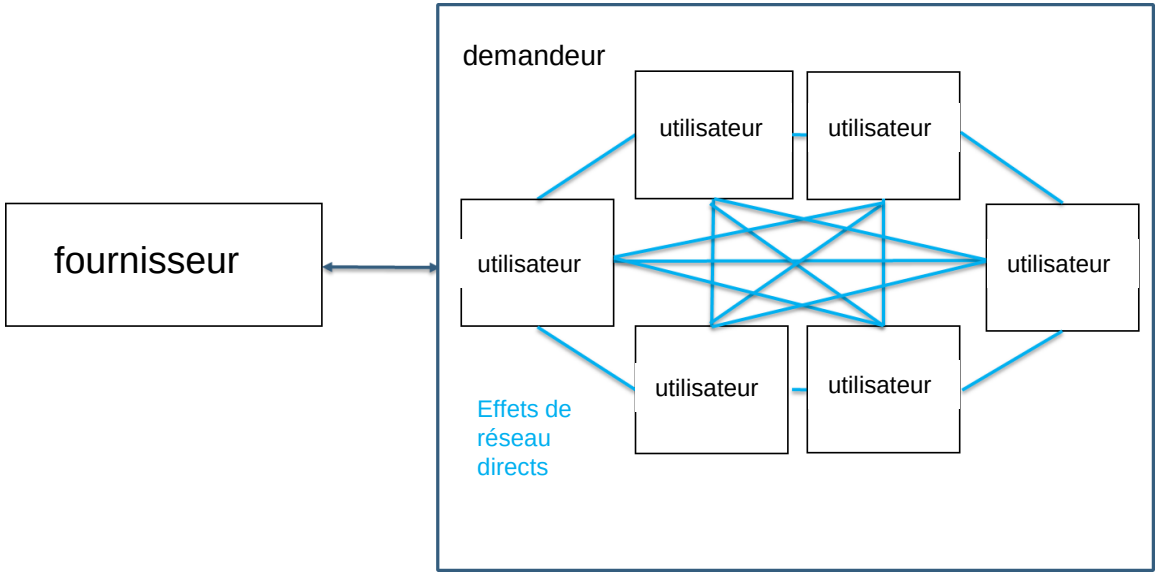
Julia Topel
Présidente de la
6e Section de décision

Effets de réseau

- Influence importante sur les programmes de contrôle
- La nature des effets de réseau est importante
- Sont à distinguer:
  - Les effets de réseau directs et indirects
  - Les effets de réseau positifs et négatifs
- Et dans les effets de réseau indirects, on distingue:
  - Les effets de réseau indirects positifs réciproques

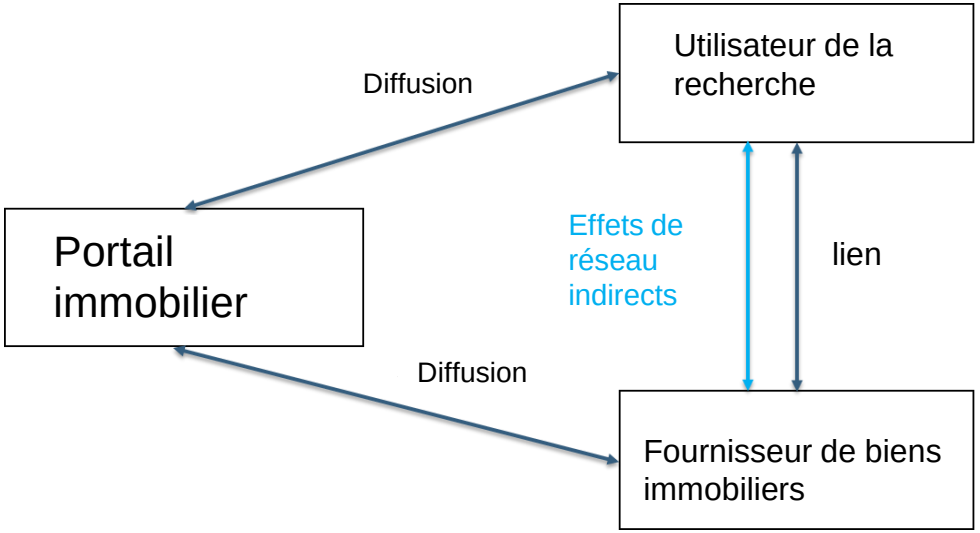
  et
  - Les effets de réseau indirect unilatéraux/asymétriques

Effets de réseau directs



- Le produit génère des liens
  - Par ex. Les réseaux sociaux, systèmes d'exploitation
- Les profits dépendent de l'augmentation du nombre d'utilisateurs
- Effet positif: le profit augmente
- Effet négatif: le profit diminue

Effets de réseau indirects

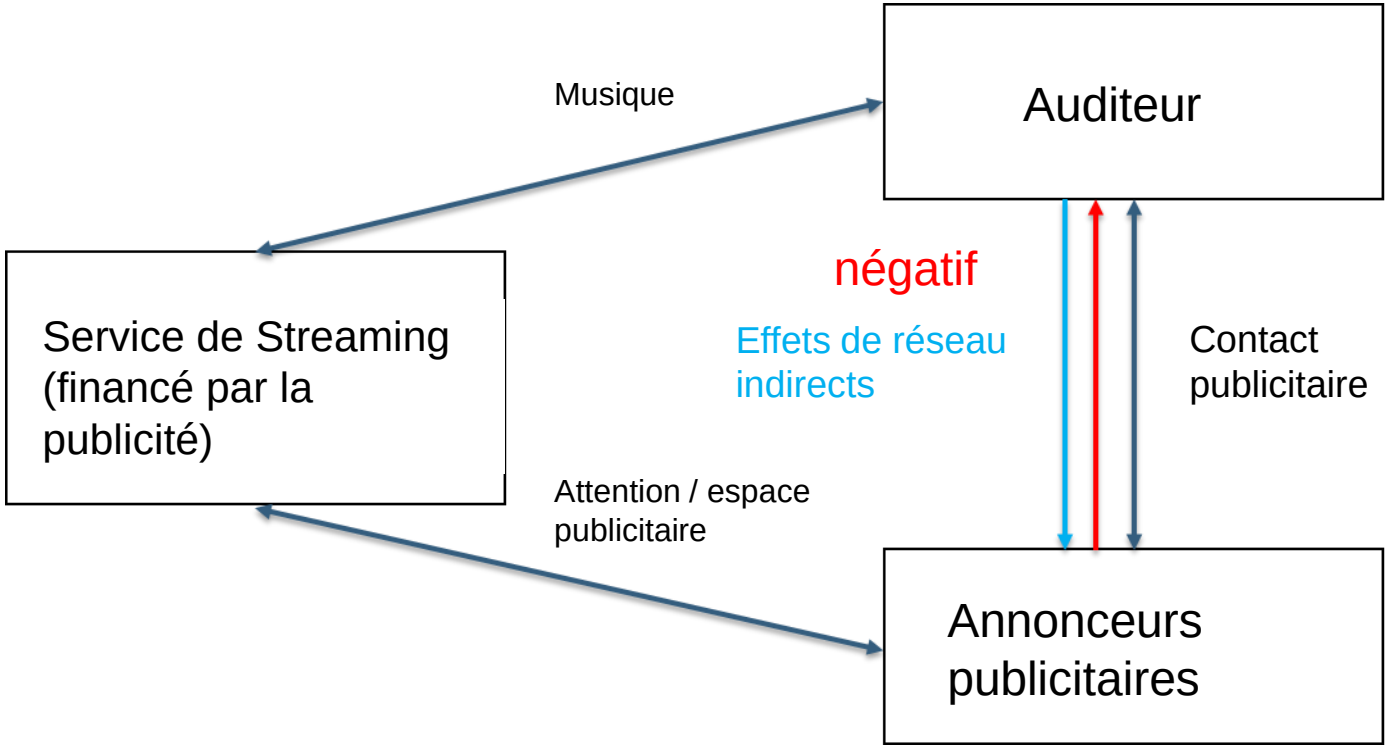


- Marchés multi-face: par ex. les plateformes immobilières
- « Matching » de groupes d'utilisateurs identifiables
- Le bénéfice dépend pour les groupes d'utilisateurs de la taille des autres groupes d'utilisateurs
  - Effet positif: le profit augmente
  - Effet négatif: le profit diminue

Direction

- Effets de réseau indirects positifs réciproques
  - Les deux groupes d‘utilisateurs bénéficient de la croissance des autres
- Unilatéralement ou asymétriquement
  - Impact des effets de réseau indirects positifs uniquement dans une seule direction.
  - Dans l‘autre direction, peu d’impact ou impact négatif

Exemple de service de streaming



Concept d‘analyse

- Les effets de réseau en tant que tels ne sont pas négatifs
- Analyse globale requise
- Facteurs importants:
  - Signification et forme des effets de réseau
  - Economies d‘échelle du service
  - Forme prédominante d'utilisation sur le marché
  - Accès aux données
  - Potentiel novateur de l’internet

Auto-renforcement et Tipping

- La tendance à la concentration par l‘auto-renforcement des effets de réseau
- Dans le cas extrême jusqu’au monopole (« Tipping »)
  - L’augmentation du profit par la hausse du nombre d’utilisateurs attire de plus en plus d’utilisateurs
  - Fuite de produits compétitifs
  - Résultat: retrait des concurrents
- En fonction d’autres facteurs
  - En particulier: Multi-Homing et potentiel innovant

En cas d‘effets de réseau directs

- Effet de concentration souvent considérable
- Effet de lock-in souvent fort
- Peu d’incitation aux Multi-Homing
- Changement seulement pour des avantages particuliers du concurrent
- Monopole critiquable; mais processus de remplacement
- La tendance au monopole est problématique pour la concurrence

En cas d‘effets de réseau indirects

- La tendance à la concentration par des effets de réseau positifs indirects réciproques
- Effet de Lock-In souvent moins marqué
  - « Problème de l’oeuf et de la poule » souvent surmontable
- Multi-Homing généralement identifiable
- Auto-renforcement pour tous les acteurs du marché
- Le Tipping est cependant possible avant tout dans les Single-Homing
- La tendance au monopole est problématique pour la concurrence
  - La limitation de la marge de manœuvre pour fixer les prix n‘est pas suffisante
  - La concurrence dans le domaine de l‘innovation mérite d’être protégée

Prévision

- Prévision pour certaines entreprises
- Le Tipping décrit le processus de marché ouvert
  - Quelle entreprise?
  - À partir de quelle date?
  - À partir de quelle taille du service?
- Pas de mesure des effets de réseau indirects
- Evaluation d‘une situation de danger
- Dynamique: observation au fil du temps
  - de la part relative d‘utilisateurs
  - des sorties du marché
  - de l’évolution du comportement des utilisateurs
  - des innovations

Journée franco-allemande de la concurrence

Merci beaucoup pour
votre attention !

Bundeskartellamt

Julia Topel
Présidente de la
6e Section de décision