

Quelle régulation face à des oligopoles?

Michel Feneyrol

Fratel : Tunis 17 octobre 2008



Faut-il réguler les oligopoles?

- I. Du monopole aux oligopoles
- II. Stratégie des acteurs
- III. Comment juger de l'efficacité de la concurrence?
- IV. Réguler où non?

I. Du monopole à l'oligopole

- Les monopoles historiques régulés concurrencés par des oligopoles restreints
 - ouverture des marchés: multiplication des opérateurs internationaux, longue distance.
 - services à l'abonné: opérateurs avec réseau, opérateurs sans
 - concentration, élimination des opérateurs sans réseau
- Les services avec les mobiles sont nés en concurrence restreintes
 - de trois à cinq opérateurs par pays.
 - intégrations horizontales
 - convergence fixe mobile
- Fournisseurs d'accès internet: où est le foisonnement de la bulle?
 - les FAI sans réseau: une espèce en voie de disparition
 - des géants à la périphérie: moteurs de recherche, réseaux sociaux
- Diffusion, multiplication des TV et Radio
 - les thématiques peinent face au généraliste: Quid de la VOD?

II. Stratégie des acteurs

- Des jeux différents suivant les positions
 - Leader, challenger, outsider
- Agrandir, protéger ses parts de marché
 - outsider, viser la masse de survie, leader rester près de 50%, challenger progresser
 - guerre des prix, jusqu'où?
 - des produits plus attractifs, un meilleur service après vente
- Arbitrer entre rentabilité et parts de marché: trouver le bon équilibre dynamique
 - ciblage de la clientèle
 - choix des zones de couvertures
- Absorptions, partenariats

III. Comment juger de l'efficacité?

- Par les parts de marché et leur évolution
 - Dans un quadripôle: 25-25-25-25% n'est pas forcément optimum
- Par les tarifs au consommateur et leurs baisses
 - Les différenciations ne peuvent qu'être courtes
- Par la dynamique d'introduction de nouveaux services et réseaux
- Il n'y a pas de critère miracle car pour les nouveaux services et les évolutions de tarifs il y a un effet suiveur pour tenter de maintenir sa position sur le marché.
- La question est d'évaluer si la gamme de produits et leurs prix de détail reflètent bien un transfert correct au consommateur des gains apportés par les progrès technologiques.
 - C'est-à-dire que par rapport aux coûts du moment les marges sont raisonnables.
 - Ces marges doivent anticiper les besoins d'investissements lourds dans les réseaux

IV. Les problèmes de régulation

- Analyse de marché et dominance
 - A partir de quand le leader est dominant?
 - Dominance collective et ententes
 - Régulation ex-ante, ex-post
- La régulation économique par les terminaisons d'appel
 - Tarif arrivé payé par l'appelant, l'appelé, bill and keep
 - Terminaisons d'appel symétriques, dissymétriques
 - Prix de gros, prix de détail: itinérance
- Service universel: un casse tête
 - Zones de couvertures grises, blanches
 - Mutualisations, partages d'infrastructures
 - Fonds spécial, subventions publics