

# Concurrence et régulation dans les marchés de plates-formes

Prof. Marc Bourreau, Telecom ParisTech

# Plan de la présentation

---

1. Les marchés de plate-forme : définition et stratégies
2. Concurrence et régulation dans les marchés de plate-forme
3. Un exemple : la neutralité du net



# Plan de la présentation

---

1. Les marchés de plate-forme : définition et stratégies
2. Concurrence et régulation dans les marchés de plate-forme
3. Un exemple : la neutralité du net



# L'émergence des plates-formes

---

- ▶ Les plates-formes datent d'il y a très longtemps : exemple de la plate-forme d'assurance pour les affréteurs dans la Grèce antique (Evans, 2008)
- ▶ Formalisation des plates-formes et des marchés bifaces (multifaces) dans les années 2000
  - ▶ Développement de nouveaux business models dans le numérique : plates-formes publicitaires (Google), market places (eBay, Amazon), réseaux sociaux (Facebook), etc.
  - ▶ Coûts marginaux infinitésimaux → forte flexibilité tarifaire
- ▶ Références académiques : Rochet & Tirole, Caillaud & Jullien, Armstrong, Parker & Van Elstynne, etc.



# Exemples de marchés de plates-formes

---

- ▶ Systèmes de paiement
- ▶ Systèmes d'exploitation
- ▶ Smartphones
- ▶ Consoles de jeux vidéo
- ▶ Médias financés par la publicité (presse, TV, sites web...)
- ▶ Galeries marchandes
- ▶ Clubs de rencontre
- ▶ Réseaux de partage
- ▶ etc.



# Définition

---

- ▶ Une plate-forme biface fournit des biens ou des services à deux groupes distincts d'utilisateurs (ou plus)
  - ▶ ... qui valorisent chacun le niveau de participation de l'autre groupe (effets de réseau croisés),
  - ▶ ... et qui reposent sur la plate-forme pour réaliser des transactions entre eux.
  - ▶ La structure des prix (et non pas seulement leur somme totale) a une importance sur le fonctionnement de la plate-forme
- ▶ La plate-forme joue un rôle d'intermédiaire car elle diminue fortement les coûts de transaction entre les deux groupes d'utilisateurs



# LaFourchette.com

## LA SURPRISE DES CHEFS

Prenez et profitez de la surprise de votre restaurant

consommateurs

LaFourchette

restaurants

### Comment ça marche ?



**venez nourrir  
votre curiosité**

Choisissez parmi 7000 restaurants,  
grâce à 1 million d'avis



**complet ?  
pas pour vous**

Réservez gratuitement en ligne,  
inutile d'appeler le restaurant



**demandez l'addition  
avec un vrai sourire**

Bénéficiez de promotions sur l'addition,  
pas sur la qualité



**la récompense  
au bout de la fourchette**

Cumulez des Yums à chaque réservation  
et bénéficiez d'une remise fidélité

# Quelques principes

---

- ▶ Tarification asymétrique
- ▶ Concurrence sur les deux côtés du marché
- ▶ Raccordement simple versus raccordement multiple





# Tarifification asymétrique

---

- ▶ Un côté paie généralement plus que l'autre pour utiliser la plate-forme
- ▶ La plate-forme doit fixer un prix très attractif d'un côté du marché pour attirer suffisamment d'utilisateurs et donner ainsi de la valeur à la plate-forme pour l'autre côté du marché
- ▶ Le côté qui bénéficie du prix le plus bas : celui qui génère le plus d'effets de réseau croisés
- ▶ A l'extrême, la plate-forme peut offrir le bien *gratuitement* pour un côté du marché : journaux ou sites web gratuits, kits de développement gratuits pour les OS, etc.



# Une concurrence multiface

---

- ▶ Effets de réseau croisés essentiels pour le succès d'une plate-forme → important d'attirer les deux côtés du marché de concert
- ▶ La concurrence sur un côté du marché affecte les deux côtés du marché
- ▶ Bases de consommateurs des deux côtés du marché = avantage concurrentiel
- ▶ Stratégie d'exclusivité pour limiter les effets de réseau croisés pour les rivaux (ou compenser un désavantage concurrentiel) :
  - ▶ Accords d'exclusivité (médias, jeux vidéo, software, etc.)



# Raccordement simple ou multiple

---

- ▶ Raccordement simple (*single homing*) : raccordement à une seule plate-forme
- ▶ Raccordement multiple (*multi homing*) : raccordement à toutes les plates-formes
- ▶ Raccordement multiple → *competitive bottleneck* (Armstrong, 2006) : le côté qui se raccorde à toutes les plates-formes paie un prix élevé (de monopole), concurrence très forte pour le côté qui choisit un raccordement simple.
- ▶ Stratégies pour réduire le multi homing :
  - ▶ Accords d'exclusivité
  - ▶ Programmes de loyauté
  - ▶ Coûts de changement



# Plan de la présentation

---

1. Les marchés de plate-forme : définition et stratégies
2. Concurrence et régulation dans les marchés de plate-forme
3. Un exemple : la neutralité du net



# Pourquoi s'intéresser aux marchés bifaces ?

---

- ▶ Effets de réseau croisés & économies d'échelle → fortes tendances à la concentration et à la constitution de « grandes firmes » dans ces marchés
- ▶ Rôle de plus en plus important des plates-formes dans certaines industries traditionnelles → mouvements de concentration dans ces industries également
- ▶ Effets persistants : présence effets de réseau importants → effets de feedback positifs et risques de lock-in
- ▶ *Remarque* : marchés pas nécessairement de type « winner-take-all » du fait 1) du goût pour la variété des consommateurs, 2) de déséconomies d'échelle (congestion, etc.)



# Plates-formes et politique publique

---

- ▶ **Nombreux cas de concurrence :**
  - ▶ Pour les systèmes de paiement, débats sur les frais d'interchange en Europe, aux USA, etc.
  - ▶ Fusion Google / Double Click
  - ▶ Fusions dans les médias
  - ▶ Investigations des autorités de concurrence autour de Google
  - ▶ etc.
- ▶ **Mais aussi débats autour de :**
  - ▶ La « neutralité »
  - ▶ La fiscalité
  - ▶ etc.



# Le niveau de concurrence

---

- ▶ L'analyse concurrentielle des marchés de plate-forme doit prendre en compte leurs spécificités
- ▶ Par exemple, dans un marché normal, le bon benchmark pour le régulateur correspond à une situation où les prix sont orientés vers les coûts
- ▶ Dans les marchés de plate-forme, pas le bon benchmark :
  - ▶ La tarification du côté du marché qui paie le moins cher peut paraître très concurrentielle (voire prédatrice), et celle du côté qui paie le plus très peu concurrentielle (voir excessive)
  - ▶ Peut être vrai que la plate-forme soit en monopole ou en concurrence



# La définition du marché

---

- ▶ **Préalable nécessaire à l'analyse concurrentielle**
- ▶ **Définition du marché « traditionnelle » basée sur l'identification des biens substitués (SSNIP test)**
  - ▶ Effet d'une hausse des prix sur la profitabilité ?
- ▶ **Marchés de plates-formes :**
  - ▶ Complémentarités entre les 2 côtés du marché → hausse des prix d'un côté diminue la demande de l'autre côté, ce qui renforce l'effet négatif de la hausse de prix sur le premier versant
  - ▶ Conséquence : risque d'identifier des marchés trop étroits





# Les ventes liées

---

- ▶ Whinston (1990): en présence d'économies d'échelle dans un marché pour un bien B, un monopole pour un bien A peut trouver profitable de vendre les biens A et B de façon liée pour exclure ses concurrents sur le marché B.
- ▶ Amelio and Jullien (2012): dans un marché biface, si le prix optimal d'un côté du marché est négatif, mais qu'il n'est pas possible de fixer un prix négatif, les ventes liées (le bundling) peuvent améliorer le surplus des consommateurs dans un contexte de monopole ; peut-être le cas ou non en duopole.



# Les ventes liées

---

- ▶ Choi (2010) étudie un modèle avec 2 plates-formes, A et B, qui proposent du contenu aux consommateurs ; la plate-forme vend également un produit M qui est nécessaire pour utiliser une plate-forme (A ou B).
- ▶ Si les consommateurs se raccordent à une seule plate-forme, lier la vente de A et de M exclut la plate-forme B, mais peut être bénéfique socialement si les effets de réseau croisés sont forts et si la différenciation entre A et B est faible.
- ▶ Si les consommateurs se raccordent aux 2 plates-formes, le bundle  $\{A + M\}$  n'exclut pas la plate-forme B et le bien-être est amélioré avec les ventes liées.



# Les marchés bifaces : un far west ?

---

- ▶ **David Evans (2008) :**

- ▶ « There are reasons, however, to believe that policymakers are more likely to make errors in identifying problems in two-sided markets and less likely to find a welfare-improving solution when they do ».



# Plan de la présentation

---

1. Les marchés de plate-forme : définition et stratégies
2. Concurrence et régulation dans les marchés de plate-forme
3. Un exemple : la neutralité du net



# Un exemple : la neutralité du net

---

- ▶ Doit-on traiter tous les paquets d'information de façon identique sur Internet ? Ou doit-on au contraire autoriser les plateformes Internet (les « ISP ») à discriminer les paquets qu'elles transportent sur leurs réseaux ?
- ▶ Par ex., discrimination en fonction du type de contenu, de service ou d'application, de l'identité de la source de cette information, etc.
- ▶ **Neutralité du net** (NN) : traitement de tous les trafic de façon semblable, non discrimination, terminaison du trafic data gratuite pour les fournisseurs de contenus (« *zero pricing rule* »).



# Un exemple : la neutralité du net

---

## ▶ Grandes lignes du débat :

- ▶ Opposants à la NN : ce régime prive les ISP des ressources nécessaires pour investir dans leurs réseaux.
- ▶ Défenseurs de la NN : une remise en cause de ce régime aurait un effet négatif sur l'innovation dans les contenus.

## ▶ Bourreau, Kourandi et Valletti (2014, *Jl. of Ind. Econ.*) :

- ▶ Les ISP sont des *plates-formes* mettant en relation des utilisateurs d'Internet et des fournisseurs de contenus.
- ▶ Modèle avec 2 ISPs ont concurrence qui investissent dans la capacité de leurs réseaux, dans un contexte d'innovation dans les services (entrée de fournisseurs de contenus)
- ▶ Effets d'un régime de priorité du trafic ?



# Un exemple : la neutralité du net

---

- ▶ En comparaison du régime de NN, quand les ISP font payer les fournisseurs de contenus pour la priorité des paquets :
  - ▶ l'investissement en capacité par les ISP augmente
  - ▶ l'innovation en contenus augmente : plus de fournisseurs de contenus entrent sur le marché
  - ▶ le délai moyen dans le réseau (la congestion) diminue
  - ▶ le bien-être global augmente
- ▶ Mécanismes de *marché biface* à l'œuvre
  - ▶ Revenus des plates-formes auprès des fournisseurs contenus  
→ plus d'investissements en capacité → plus d'innovation dans les contenus, etc.



# Conclusion

---

- ▶ Economies d'échelle et effets de réseau croisés : fortes tendances à la concentration dans les marchés de plateformes → attention des autorités de régulation & de concurrence
- ▶ Les méthodes conçues pour les marchés traditionnels peuvent être inopérantes dans les marchés de plateforme : prise en compte des spécificités de ces marchés dans la politique publique
- ▶ Complexité des stratégies et des effets à l'œuvre dans ces marchés → le « bon sens » ne suffit pas

