

par Yanick Labrie | Février 2012

Les sociétés aériennes traditionnelles ont eu beaucoup de mal à demeurer rentables au cours de la dernière décennie. Dans le but de maîtriser leurs coûts, elles ont formé des alliances leur permettant notamment de coordonner la vente des billets, l'horaire des vols et la manutention des bagages, tout en facilitant les correspondances. Cette exigence de maîtrise des coûts est rendue encore plus impérative par l'augmentation et les fluctuations constantes du prix du pétrole et par la concurrence accrue découlant de l'arrivée massive sur le marché de transporteurs « à bas prix ».

En juin dernier, le Bureau de la concurrence du Canada présentait une demande au Tribunal de la concurrence afin de bloquer de tels accords entre Air Canada et United Continental¹. Les deux entreprises sont déjà membres du réseau Star Alliance, un regroupement stratégique de 28 sociétés aériennes à l'échelle internationale. Le projet leur aurait permis de partager des revenus et de coordonner plus étroitement leurs opérations sur des vols entre le Canada et les États-Unis.

Alors que de nombreux projets similaires ont été approuvés tant en Europe qu'aux États-Unis², le Bureau prétend que cette coentreprise détiendrait des parts de marché trop élevées sur 19 liaisons transfrontalières, ce qui risquerait d'entraîner une majoration des tarifs ainsi qu'une diminution de choix pour les passagers. Le Tribunal n'a toujours pas rendu de décision.

Le concept galvaudé des « barrières à l'entrée »

L'hypothèse sous-jacente à l'analyse du Bureau de la concurrence est que l'existence de « barrières à l'entrée » sur ces marchés empêcherait la venue de concurrents voulant offrir des vols, ce qui permettrait à la nouvelle coentreprise de maintenir des prix élevés.

Le concept économique de « barrières à l'entrée » a été quelque peu galvaudé au fil des décennies, tant et si bien qu'il a maintenant tendance à induire en erreur à répétition les autorités chargées de faire appliquer les lois de la concurrence. On s'en sert pour décrire non seulement des barrières juridiques, mais aussi des difficultés ou des défis exceptionnels à relever dans le financement d'un projet, la conquête d'un marché ou le développement d'un produit³.

Or, le fait qu'un projet commercial ne soit pas attrayant pour une entreprise ne signifie pas nécessairement qu'il existe des barrières à l'entrée. Par exemple, l'entrée sur certains marchés pourrait ne pas être rentable tout simplement parce que la concurrence est déjà très forte.

Plusieurs indices nous donnent à penser que la concurrence est effectivement très forte dans le secteur aérien. Aux États-Unis, les transporteurs traditionnels ont vu leur part de marché s'éroder depuis une quinzaine d'années au profit des transporteurs à bas prix, dont la part de marché est passée de 10 à 24 % de 1994 à 2009⁴. Ce n'est pas étonnant puisque les premiers disposent d'une structure de coûts en moyenne 40 % plus élevée que les seconds. Au sein de l'industrie aérienne, les marges de profits n'ont jamais été aussi faibles que lors de la dernière décennie. De 2000 à 2009, les pertes combinées des transporteurs aériens américains se sont élevées à 54 milliards de dollars⁵. Plusieurs sociétés aériennes ont même dû demander la protection de la loi sur les faillites ces dernières années, notamment Air Canada en 2003⁶.

Dans ce contexte, il est difficile de croire à l'argument voulant que la coentreprise Air Canada-United Continental bénéficie d'un monopole lui permettant d'augmenter considérablement les tarifs. Les transporteurs à bas prix ont le pouvoir de faire chuter le prix des billets de façon notable, simplement en menaçant d'entrer sur un marché. Une étude récente portant sur des données américaines de 1993 à 2004 a montré que lorsque le transporteur à rabais Southwest Airlines a annoncé son intention d'offrir certaines liaisons, sans toutefois le faire, les tarifs ont chuté de 24 % en moyenne, et dans les cas où l'entreprise les a effectivement offertes, la

1. Bureau de la concurrence du Canada, « Le Bureau de la concurrence demande à bloquer une coentreprise entre Air Canada et United Continental », communiqué de presse, 27 juin 2011.

2. Voir notamment : Kaveri Nithyanathan, « Lufthansa, ANA get antitrust clearance », *The Wall Street Journal*, 1^{er} juin 2011. Aussi, en juillet 2009, le ministère américain des Transports a accordé l'immunité antitrust à certaines des sociétés aériennes membres de Star Alliance, sur la base que l'alliance « crée des options nouvelles de service et des avantages tarifaires substantiels pour les consommateurs ».

3. Dominick T. Armentano, « A Critique of Neoclassical and Austrian Monopoly Theory », dans Louis M. Spadaro (dir.), *New Directions in Austrian Economics*, Sheed Andrews and McMeel, 1978, p. 94-110.

4. Severin Borenstein, « Why Can't US Airlines Make Money? », *American Economic Review*, vol. 101 (2011), no 3, p. 233-237.

5. *Id.*

6. « Climbing through the clouds », *The Economist*, 7 juillet 2011; Mike Tretheway, « Comment on "legacy carriers fight back" », *Journal of Air Transport Management*, vol. 17 (2011), no 1, p. 40-43.

baisse de tarifs a été en moyenne de 29 %⁷.

Les effets bénéfiques des alliances

D'importants gains d'efficacité sont à prévoir en conséquence des accords entre Air Canada et United Continental. En effet, l'augmentation du volume de trafic devrait permettre de réduire le coût par passager, en raison de l'utilisation d'avions plus grands et plus efficaces et de la répartition des coûts fixes entre un plus grand nombre de passagers⁸.

Les gains d'efficacité et les réductions de coûts pourraient en outre rendre ces entreprises plus concurrentielles sur les marchés mondiaux, libérer des capitaux afin de réaliser de nouveaux investissements, créer ou préserver des emplois et surtout, améliorer la qualité et l'éventail des services offerts aux consommateurs⁹.

Ce genre d'alliance n'exclut pas non plus que les économies de coûts soient reflétées aux consommateurs sous forme de prix réduits, comme l'ont montré de nombreuses études sur la question. En effet, les accords de coordination entre transporteurs aériens ont entraîné, au cours des deux dernières décennies, des baisses de tarifs pour les passagers devant faire une correspondance pouvant aller jusqu'à 30 % (voir Tableau 1)¹⁰.

La concurrence : un processus de découverte

La concurrence dans un marché apporte des bénéfices indéniables pour les consommateurs et la protéger demeure un objectif important. Cependant, les économistes spécialisés dans l'analyse des questions antitrust sont de plus en plus nombreux à rejeter l'argument voulant que la vigueur de la concurrence se détermine en comptant simplement le nombre de concurrents œuvrant dans un

marché. Cette conception occulte le fait que la concurrence est un processus de découverte¹¹, qui a davantage à voir avec le nombre de concurrents « potentiels » que de concurrents « actuels ».

Ainsi, utiliser une analyse statique pour évaluer la concurrence au sein d'une économie dynamique, où l'innovation et les changements technologiques sont omniprésents, est très peu susceptible d'améliorer le bien-être des consommateurs ou celui de la société dans son ensemble¹². Des chercheurs ont d'ailleurs montré que le bilan au cours du dernier siècle des mesures antitrust comme outil de défense des intérêts des consommateurs était, au mieux, plutôt faible¹³.

Dans cette perspective, il faut craindre que la position du Bureau de la concurrence du Canada à l'égard du projet de coentreprise Air Canada-United Continental, bien que motivée par l'objectif louable de promouvoir la concurrence, risque à plus long terme de nuire aux consommateurs, ceux-là mêmes que le Bureau souhaite aider.

Auteurs	Données	Effets sur les tarifs pour vols avec correspondance
G. Bamberger et coll. (2004)	1994-1996	Tarifs de 5 à 7 % moins élevés
V. Bilotkach (2007)	1999	Tarifs jusqu'à 30 % moins élevés
J. K. Brueckner (2003)	1999	Tarifs de 17 à 30 % moins élevés
J. K. Brueckner et coll. (2011)	1998-2009	Tarifs de 8 à 16 % moins élevés
T. Whalen (2007)	1990-2000	Tarifs de 18 à 30 % moins élevés

Source : Voir note 10. Les études portent sur différents aspects, dont l'adhésion à une alliance, le partage de code et l'immunité aux lois antitrust.

7. Austan Goolsbee et Chad Syverson, « How do incumbents respond to the threat of entry? Evidence from the major airlines », *Quarterly Journal of Economics*, vol. 123 (2008), no 4, p. 1611-1633.

8. Jan K. Brueckner et Stef Proost, « Carve-outs under airline antitrust immunity », *International Journal of Industrial Organization*, vol. 28 (2010), p. 657-668.

9. S. C. Morrish et R. T. Hamilton, « Airline alliances — who benefits? », *Journal of Air Transport Management*, vol. 8 (2002), p. 401-407; Dennis W. Carlton, « Does Antitrust Need to be Modernized? », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 21 (2007), no 3, p. 155-176.

10. Voir notamment : Jan K. Brueckner, « International airfares in the age of alliances: the effects of codesharing and antitrust immunity », *Review of Economics and Statistics*, vol. 85 (2003), no 1, p. 105-118; Gustav E. Bamberger, Dennis W. Carlton et Lynette R. Neumann, « An Empirical Investigation of the Competitive Effects of Domestic Airline Alliances », *Journal of Law and Economics*, vol. 47 (2004), p. 195-222; Jan K. Brueckner, Darin Lee et Ethan Singer, « Alliances, Codesharing, Antitrust Immunity and International Airfares: Do Previous Patterns Persist? », *Journal of Competition Law and Economics*, vol. 7 (2011), no 3, p. 573-602; Volodymyr Bilotkach, « Price effects of airline consolidation: evidence from a sample of transatlantic markets », *Empirical Economics*, vol. 33 (2007), p. 427-448; W. Tom Whalen, « A panel data analysis of code-sharing, antitrust immunity, and open skies treaties in international aviation markets », *Review of Industrial Organization*, vol. 30 (2007), p. 39-61.

11. Friedrich A. Hayek, « Competition as a Discovery Procedure », *Quarterly Journal of Austrian Economics*, vol. 5 (2002), no 3, p. 9-23.

12. J. Gregory Sidak et David J. Teece, « Dynamic Competition in Antitrust Law », *Journal of Competition Law and Economics*, vol. 5 (2009), no 4, p. 581-631.

13. Robert W. Crandall et Clifford Winston, « Does Antitrust Policy Improve Consumer Welfare? Assessing the Evidence », *Journal of Economic Perspectives*, vol. 17 (2003), no 4, p. 3-26.



Yanick Labrie est titulaire d'un baccalauréat en sciences économiques de l'Université Concordia et d'une maîtrise en sciences économiques de l'Université de Montréal. Avant de se joindre à l'IEDM, il a été professeur d'économie au Cégep Saint-Jean-sur-Richelieu et chargé de cours à l'Institut d'économie appliquée de HEC Montréal, de 2006 à 2011. Auparavant, il a été professionnel de recherche au Centre interuniversitaire de recherche en analyse des organisations (CIRANO).

L'Institut économique de Montréal est un organisme de recherche et d'éducation indépendant, non partisan et sans but lucratif. Par ses publications, ses interventions et ses conférences, l'IEDM alimente les débats sur les politiques publiques au Québec et partout au Canada en proposant des réformes créatrices de richesse et fondées sur des mécanismes de marché. Il n'accepte aucun financement gouvernemental.

www.iedm.org