

NB : la concentration est un phénomène sectoriel. Ce n'est pas une stratégie. Au contraire, c'est le résultat des comportements stratégiques de certaines entreprises qui cherchent à dominer un secteur en rachetant leurs concurrents. Le monopole est la forme extrême de la concentration, c'est-à-dire une seule entreprise domine le marché.

IV. La concentration des entreprises

1. Définition

La concentration est le processus dans lequel une fraction élevée du produit est élaborée et vendue par un nombre plus restreint d'entreprises.

Exemple : le marché marocain des eaux en bouteille est concentré car deux entreprises ont 90% de ce marché, à savoir les Eaux Minérales d'Oulmès (avec 70% de part de marché) et Sotherma (avec 20% de part de marché).

La concentration se fait généralement par deux modalités : les regroupements d'entreprises et les relations de partenariat (filiales communes, accords de coopération et GIE).

2. Causes de la concentration

■ Causes internes

- Ressources financières excédentaires investies dans l'acquisition d'autres entreprises ;
- La volonté des dirigeants de se développer en acquérant d'autres entreprises ;

■ Causes externes

- L'ouverture économique ;
- L'intensification de la concurrence ;
- Le coût élevé de certains investissements (matériels ou immatériels) pousse les entreprises à se concentrer pour avoir la taille critique et faire face à la concurrence.

3. Formes de la concentration

a. Concentration horizontale

Elle vise à regrouper des entreprises dont les activités se situent au même stade de production. Il s'agit d'acheter des sociétés fabricant des produits concurrents ou complémentaires.

Objectifs : réduire la concurrence, obtenir des économies d'échelle, et se diversifier vers des activités proches.

b. Concentration verticale

Elle vise à regrouper des entreprises intervenant à plusieurs stades d'un cycle de production, de manière à contrôler la filière en amont (fournisseurs) ou en aval (clients).

Objectifs : garantir les approvisionnements, s'assurer des débouchés réguliers, et obtenir une marge brute plus importante par la réduction des coûts.

c. Concentration conglomerate

Elle vise à regrouper des entreprises qui n'ont aucun lien apparent entre elles dans des secteurs très différents.

Objectifs : répartir les risques sur plusieurs activités, augmenter la rentabilité et échapper à la concurrence d'autres entreprises.

d. La holding

C'est la concentration financière par la propriété de parts du capital importantes dans différentes entreprises qui peuvent avoir une identité très différente.

e. Le cartel ou entente

Plusieurs entreprises se mettent d'accord sur un objectif particulier : partage du marché, fixation d'un prix minimal, etc. pour maximiser le profit et éviter une concurrence farouche.

4. Conséquences de la concentration**⇒ Conséquences économiques**

Conséquences positives	Conséquences négatives
<ul style="list-style-type: none"> • Augmentation de la compétitivité • Les effets de synergies • Augmentation de l'efficacité productive • Augmentation de la valeur de l'entreprise (valeur boursière) 	<ul style="list-style-type: none"> • Réduction de la flexibilité • Déséconomie d'échelle • Difficultés organisationnelles • Apparition des oligopoles et des monopoles pouvant nuire à la concurrence

⇒ Conséquences sociales

La concentration des entreprises peut influencer négativement les emplois dans un pays ; les entreprises, à la recherche de plus de productivité, font des licenciements massifs (pertes d'emplois).

Le phénomène de concentration peut aussi porter atteinte aux intérêts des consommateurs (augmentation des prix).

L'Etat doit contrôler les concentrations pour préserver la concurrence.