
Table des matières

Préface	5
Introduction	9
Chapitre préliminaire	
Identification d'une industrie de réseau	13
QU'EST-CE QU'UNE INDUSTRIE DE RÉSEAU?	13
Les caractéristiques techniques d'un réseau	13
Les caractéristiques économiques d'un réseau	15
UN RÉSEAU EST CONSTITUÉ DE TROIS STRATES	17
L'infrastructure du réseau	17
Les services intermédiaires d'un réseau	19
L'offre de services finals	19
LES EXTERNALITÉS POSITIVES DES RÉSEAUX	22
Les effets de club	22
Les économies d'échelle	23
Les économies d'envergure	25
Les réseaux, facteurs de croissance endogène	25
LA DYNAMIQUE D'UN RÉSEAU	27
CONCLUSION	29

Première partie

LE PARADIGME TRADITIONNEL : LE MONOPOLE PUBLIC RÉGULÉ

Chapitre I	
Le monopole public régulé: approche théorique	33
LA CONCURRENCE PURE ET PARFAITE, RÉFÉRENCE NORMATIVE D'EFFICACITÉ	33
L'optimum de Pareto	33

Taxe et subvention dégradent le surplus collectif	35
LES DÉFAILLANCES DU MARCHÉ	37
Les biens collectifs	37
Les externalités	38
Le monopole naturel	42
CONCLUSION	43
 Chapitre II	
Le monopole public régulé: les expériences du passé	45
L'ORGANISATION DES STRUCTURES INDUSTRIELLES	45
Le monopole local	46
Le monopole public national	50
LES RÉGULATIONS HORS PRIX	54
Le contrôle des entreprises publiques	54
La notion de service public	56
LA TARIFICATION	57
La tarification au coût marginal	58
Tarification et équilibre financier de la firme	59
LES PERFORMANCES DES ENTREPRISES	
DE RÉSEAU MONOPOLE PUBLIC	65
CONCLUSION	66

Deuxième partie

LE NOUVEAU PARADIGME: L'OUVERTURE À UNE CONCURRENCE RÉGULÉE

Chapitre I	
La concurrence organisée et régulée par les pouvoirs publics	71
LA CONCURRENCE ORGANISÉE ET RÉGULÉE: APPROCHE THÉORIQUE	71
La concurrence: les apports de l'économie industrielle	71
La concurrence: les apports de l'économie néo-institutionnelle ..	74
LA NOUVELLE ARCHITECTURE DES INDUSTRIES DE RÉSEAU	77
L'introduction de la concurrence	78

La question des privatisations	83
Les modalités d'accès à l'infrastructure	86
Les autres fonctions de l'agence de régulation	87
CONCLUSION	89
Chapitre II	
La nouvelle dynamique des industries de réseau	91
LES NOUVELLES STRUCTURES DES INDUSTRIES DE RÉSEAU EN FRANCE	91
LES STRATÉGIES POSSIBLES	95
Une stratégie de domination par les coûts	95
Une stratégie de différenciation du produit	96
Une stratégie de focalisation	98
Les stratégies successives dans la téléphonie mobile	98
LES MODALITÉS ET LES DIRECTIONS DE LA CROISSANCE	100
Les modalités de la croissance	100
Les directions de la croissance	101
Un processus de concentration	103
LES PERFORMANCES	104
Les performances des entreprises	104
Les performances du point de vue de la demande	105
Les performances du point de vue de l'économie dans son ensemble	108
CONCLUSION	108
Conclusion	109
Bibliographie	111
Index	117