

[Voir plus d'articles](#) ▼

Le capitalisme mène aux monopoles »



Rainer Zitelmann



Publié le 30 août 2024

Rainer Zitelmann, historien, sociologue et contributeur régulier pour Contrepoints propose une série de 8 articles autour de son livre *In Defense of Capitalism* qui vise à désarmer certains préjugés des pourfendeurs du capitalisme.

Dans une enquête internationale sur les perceptions populaires du capitalisme, que j'ai commandée pour le livre *In Defense of Capitalism*, l'une des principales critiques formulées à l'encontre du capitalisme est qu'il conduit à des monopoles. Et c'est vrai. Le capitalisme peut conduire à des monopoles. Mais il est également vrai que rien ne détruit les monopoles plus efficacement que le capitalisme.

Les monopoles semblent indestructibles au sommet de leur puissance, mais ils sont loin d'être éternels. Aujourd'hui, nombreux sont ceux qui pensent que des géants comme Amazon et Google sont tellement dominants qu'ils ne pourraient jamais être sérieusement remis en cause que par des politiques antitrust gouvernementales. Cependant, l'histoire nous enseigne que les monopoles sont beaucoup moins durables que la plupart des gens ne le croient.

Le réseau social Myspace a été fondé en 2003 et a rapidement gagné des millions d'utilisateurs. En juin 2006, Myspace était le site web le plus visité aux États-Unis, devançant même Google. En 2007, *The Guardian* a posé la question suivante : « Myspace perdra-t-il un jour son monopole ? ». Début 2008, Myspace détenait 74,4 %

du marché des réseaux sociaux et, en décembre 2008, il comptait 75,9 millions de visiteurs rien qu'aux États-Unis. Six mois plus tard, Facebook a dépassé Myspace aux États-Unis, et la part de marché de l'entreprise n'était plus que de 30 % à la fin de l'année 2009. Aujourd'hui, Myspace n'a pratiquement plus aucune raison d'être.

En novembre 2008, le magazine *Forbes* a publié un grand article sur le fabricant de téléphones portables Nokia. Le titre de l'article de couverture était : « Un milliard de clients – Quelqu'un peut-il rattraper le roi de la téléphonie mobile ? »

Après avoir été le plus grand fabricant de téléphones portables au monde de 1998 à 2011, Nokia a été dépassé par Samsung au premier trimestre 2012, l'entreprise sud-coréenne s'adjugeant une part de marché estimée à 25,4 %. Nokia représentait encore une part respectable de 22,5 % du marché, et Apple 9,5 %. Néanmoins, la part de Nokia a chuté de plus d'un tiers depuis 2008.

Il est frappant de constater que Nokia a développé le tout premier smartphone au monde dans les années 1990, mais qu'elle n'a pris conscience que trop tard de l'importance des applications pour les utilisateurs de téléphones mobiles.

En 2013, Microsoft a racheté la division téléphonie mobile de Nokia, dont la part de marché mondiale n'était alors que de 3 %.

Un autre exemple est celui de Xerox, qui a inventé le premier photocopieur en 1960 et a dominé le marché en 1970 avec une part de marché de près de 100 %. Tout comme les gens disent aujourd'hui « *I'll Google it* » lorsqu'ils font une recherche sur l'internet, ceux de l'époque parlaient de « *xeroxing* » lorsqu'ils photocopiaient quelque chose. En 1973, Xerox a été accusée de violer les lois antitrust et une longue bataille juridique s'en est suivie. Mais à l'époque, plus qu'aujourd'hui, le problème a été réglé par le marché, puisque des entreprises telles qu'IBM, Eastman-Kodak, Canon, Minolta, Ricoh et d'autres ont toutes lancé des photocopieurs plus petits et moins chers. Ces concurrents ont mis au point des machines utilisant un toner liquide nécessitant peu d'entretien et fabriquées à partir de pièces standardisées peu coûteuses. Elles étaient vendues dans des magasins de fournitures de bureau ordinaires plutôt que par l'intermédiaire d'un réseau propriétaire coûteux. Tout à coup, les Japonais vendaient des photocopieurs bas de gamme à des prix inférieurs au coût de fabrication des machines de Xerox, tandis que Xerox voulait continuer à gagner de l'argent sur le volume de copies comme un

abonnement fiable, comme elle l'avait toujours fait. Aujourd'hui, Xerox détient moins de 2 % du marché mondial des photocopieurs.

En 1976, Kodak détenait plus de 90 % du marché américain des films et 85 % du marché américain des appareils photo. Kodak a totalement sous-estimé le passage aux appareils photo numériques, avant que le marché n'évolue à nouveau pour être dominé par les appareils photo de smartphones haut de gamme. En 2012, l'entreprise a déposé son bilan et a ensuite tenté sa chance avec d'autres modèles d'entreprise.

La concurrence et le monopole ne sont pas des contraires absolus, mais une contradiction dialectique : la concurrence crée le monopole parce que le meilleur produit l'emporte. Les profits élevés du monopole attirent de nouveaux concurrents, qui détruisent progressivement le monopole, mais qui, à un moment donné, peuvent eux-mêmes devenir temporairement un monopole, avant d'être à nouveau détruits par leurs concurrents. Ce n'est que dans le cas des monopoles publics que cela ne peut se produire, car le pouvoir gouvernemental les empêche d'être soumis à la concurrence.

Les monopoles qui ne sont pas des monopoles publics disparaissent généralement tôt ou tard parce que les monopoleurs deviennent trop bureaucratiques au fur et à mesure qu'ils grandissent, qu'ils sont soumis à des pressions concurrentielles minimales et que leur mentalité ressemble de plus en plus à celle des entreprises publiques.

À lire aussi :