

Technique de la Tarification dans les Cartels

THÈSE

présentée à la Faculté de droit de l'Université
de Neuchâtel

Section des sciences commerciales, économiques et sociales
pour obtenir le grade de

Docteur ès sciences commerciales et économiques

par

MAX VOEGELE

IMPRIMATUR

Monsieur Max Vøgele est autorisé à imprimer sa thèse de doctorat ès sciences commerciales et économiques : *La Technique de la Tarification dans les Cartels*. Il assume seul la responsabilité des opinions émises.

Neuchâtel, le 22 mars 1957.

*Le directeur de la Section des sciences
commerciales, économiques et sociales:*

P.-R. ROSSET.

**TECHNIQUE DE LA TARIFICATION
DANS LES CARTELS**

Préface

Il existe tant de travaux sur les cartels qu'une nouvelle contribution à ce sujet peut paraître superflue. Cependant, si des études très approfondies ont été consacrées aux cartels en général, le problème qui nous intéresse plus spécialement ici – comment les cartels calculent-ils les prix de leurs tarifs? – n'a été examiné que bien rarement.

La littérature économique nous renseigne bien sur les possibilités théoriques de la formation des prix. En revanche, elle n'examine pas en détail comment on procède – ou comment on devrait procéder – effectivement dans la pratique.

Les conclusions auxquelles aboutit l'économie politique théorique servent de point de départ à notre travail. Comme le fait la théorie des prix, nous subdivisons le problème en deux parties principales, à savoir : le calcul des coûts et l'étude des marchés. Cela correspond, en économie politique théorique, au calcul des courbes du coût marginal et de la recette marginale. Dans la pratique, les entreprises particulières analysent soigneusement les marchés et les coûts avant de fixer leurs prix. Quant aux cartels, c'est rare qu'ils déterminent rationnellement leurs prix. À cause des difficultés que rencontrent des recherches précises, ils se contentent, le plus souvent, de calculs approximatifs.

Ce travail se propose d'abord de faire ressortir les nombreux problèmes que soulève la détermination des prix dans les cartels. Malheureusement, nous devons renoncer à l'étude de différents cas particuliers dont l'analyse nous mènerait trop loin. En revanche, nous nous efforcerons de montrer les possibilités qui s'offrent aux cartels en général pour résoudre les problèmes que pose la formation des prix.

Nous chercherons des méthodes susceptibles de déterminer rationnellement les prix dans un cartel. Nous n'ignorons pas que la plupart des cartels suisses n'emploient pas de telles méthodes. C'est pourquoi nous mentionnerons, au cours de ce travail, surtout les méthodes des quelques cartels qui déterminent leurs prix avec une précision presque scientifique. Nous les citerons à de nombreuses reprises.

Nous ne prétendons nullement avoir vaincu toutes les difficultés du problème infiniment complexe de la détermination des prix dans des groupements économiques. Toutefois, nous espérons que notre travail y apporte une contribution utile. De toute façon, seule une étude approfondie de la situation permet, dans chaque cas concret, de déterminer le prix correct.

Le prix de cartel dans l'économie politique théorique

I. Introduction

L'économie politique théorique établit les lois générales qui régissent la formation des prix sur le marché. Elle part de l'hypothèse que les agents du marché agissent selon le principe de « l'homo oeconomicus », qu'ils s'efforcent donc, par leur comportement, de réaliser le profit le plus élevé possible.

L'étude des lois de la formation des prix facilite considérablement la solution du problème : « Comment établir des tarifs dans les cartels ? » C'est pourquoi, dans cette première partie, nous examinerons ces lois, pour autant qu'elles concernent la formation des prix dans les cartels.

Le prix de cartel se situe dans l'intervalle entre le prix qui s'établirait en cas de libre concurrence (limite inférieure) et le prix en cas de monopole collectif (limite supérieure). Le prix tombe au-dessous du niveau de libre concurrence dans le seul cas où le cartel veut éliminer du marché un producteur resté à l'écart (un *outsider*).

On rencontre plutôt rarement, dans la réalité, les deux cas limite. Ils nous permettent cependant de formuler des lois générales et c'est pourquoi nous les étudierons au début de ce chapitre. C'est ensuite que nous pourrions considérer les cas qui s'approchent davantage de la réalité, comme celui du monopole partiel (monopole collectif partiel) et celui de la concurrence monopolistique.

II. La formation des prix en cas de libre concurrence

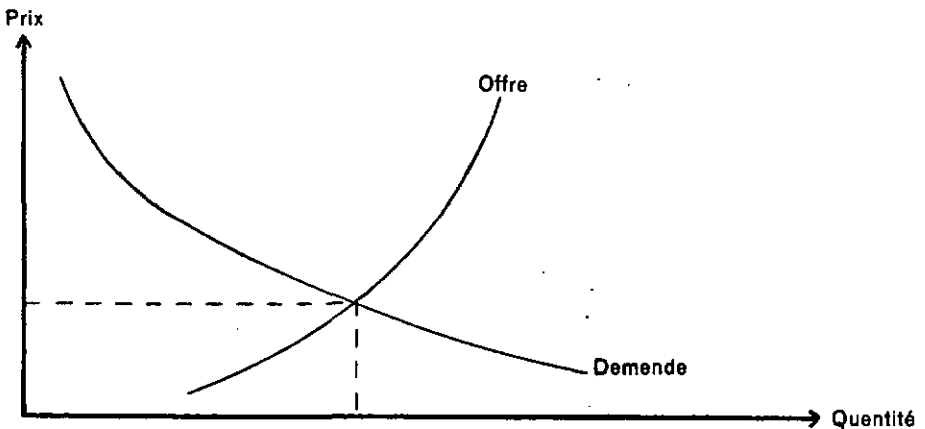
1. La loi de l'offre et de la demande

Sur toute forme de marché, le prix résulte de l'offre et de la demande. Il s'établit toujours, à la longue, au niveau où offre et demande sont égales. Si le prix remplit cette condition, nous parlons d'un prix d'équilibre¹ ; seul ce prix est durable².

¹ Voir Heinrich von STACKELBERG : « Il existe sur chaque marché, à chaque moment, un prix déterminé auquel l'offre et la demande sont égales et auquel le marché est en équilibre. Ce prix porte le nom de « prix d'équilibre ». Un marché se trouve donc en équilibre lorsque les quantités demandées et offertes sont égales et lorsque aucun participant aux transactions du marché n'a de raison de changer son comportement. » *Grundlagen der theoretischen Volkswirtschaftslehre*. Berne, 1948, p. 20.

² « Le seul prix d'équilibre c'est-à-dire le seul prix qui puisse durer est celui auquel les quantités offertes et demandées sont égales. » Dans Paul-A. SAMUELSON, *L'Economique*, tome II, traduction de Gaël Fain. Paris, 1953, p. 404.

Nous pouvons exprimer ce fait graphiquement, en représentant la demande par une courbe descendante de gauche à droite et l'offre par une courbe ascendante, également de gauche à droite ¹.



Ce qui caractérise la libre concurrence, c'est le fait que l'offre et la demande peuvent jouer librement. Le prix les maintient en équilibre. Une augmentation du prix aurait comme conséquence un accroissement de l'offre et une diminution de la demande, tandis qu'un fléchissement du prix entraînerait des modifications en sens inverse.

2. Le comportement des entreprises en cas de concurrence parfaite

D'après Möller, la concurrence parfaite n'est possible que sur un marché parfait qu'il définit comme suit : « Un marché parfait peut être reconnu extérieurement au fait qu'il existe sur ce marché un prix unique. Le marché parfait est donc régi par la « loi de la non-différenciation des prix », ce qui n'est possible que lorsque certaines conditions sont remplies. Il doit s'agir d'abord, sur le marché, d'un bien homogène. La marchandise doit être d'une qualité déterminée. Il doit être indifférent à chaque acheteur de qui et où il achète la marchandise. Dans le cas du vendeur, le raisonnement est analogue. Cela signifie que la marchandise ne peut être offerte qu'à un seul endroit, car c'est seulement dans ce cas qu'il est indifférent à chaque acheteur où il acquiert le bien. Un marché parfait doit donc être un « marché unique » (*Punktmarkt*) ².

Une caractéristique essentielle du prix concurrentiel, c'est qu'il représente une donnée pour les différents vendeurs et acheteurs. Chaque entreprise produira la quantité pour laquelle le prix de vente couvre encore le coût de la dernière unité

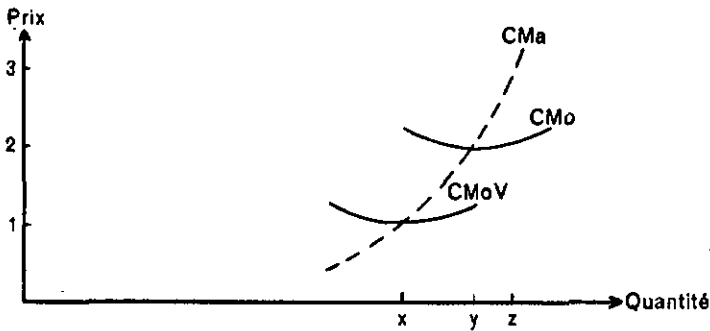
¹ Voir SAMUELSON, *op. cit.*, p. 401.

² HANS MÖLLER. *Kalkulation, Absatzpolitik und Preisbildung*. Vienne, Jul. Springer, 1941, p. 28.

produite¹. Dans la dernière entreprise encore nécessaire pour satisfaire les besoins (entreprise marginale), le prix de vente correspond exactement au coût moyen.

S'il se produit une baisse du prix autre que passagère, l'entreprise marginale cessera de produire. Mais puisque ce n'est que dans de très rares cas qu'il est possible de prévoir si la baisse des prix va se poursuivre ou non, l'entreprise marginale continuera à produire, malgré ses pertes, aussi longtemps que le prix de vente couvre le « coût moyen variable ». Il s'ensuit que l'entreprise cessera sa production seulement lorsque le prix descend au-dessous du coût variable unitaire². Si, par contre, le prix augmente, l'entreprise accroîtra sa production jusqu'à ce que la relation « prix = coût marginal » soit rétablie.

Nous pouvons représenter graphiquement comme suit ce que nous venons de dire³ :



CMa = coût marginal⁴ ; CMo = coût moyen ; CMoV = coût moyen variable.

Au prix 3, l'entreprise produira la quantité z et réalisera un profit. Si le prix descend à 2, la quantité offerte ne sera plus que y et l'entreprise verra seulement ses frais couverts par la recette. Un prix inférieur à 1 aurait comme conséquence de faire cesser l'activité de cette entreprise.

Du comportement des entreprises, nous pouvons conclure que lorsque la diminution du prix de vente est sensible, les producteurs marginaux sont éliminés, l'offre de ces producteurs disparaîtra et la baisse s'arrêtera. Mais, si le prix s'élève au-dessus du niveau du coût moyen du producteur marginal, de sorte que ce dernier reçoit une rente, de nouveaux producteurs feront leur apparition sur le marché. En cas de concurrence parfaite, le prix correspond toujours, à long terme, au coût moyen du dernier producteur encore nécessaire pour couvrir les besoins. « Les

¹ SAMUELSON, *op. cit.*, p. 488 : « Un concurrent parfait produira toujours jusqu'au point où le coût marginal commence à dépasser le prix de vente. Condition d'équilibre : coût marginal = prix de vente. »

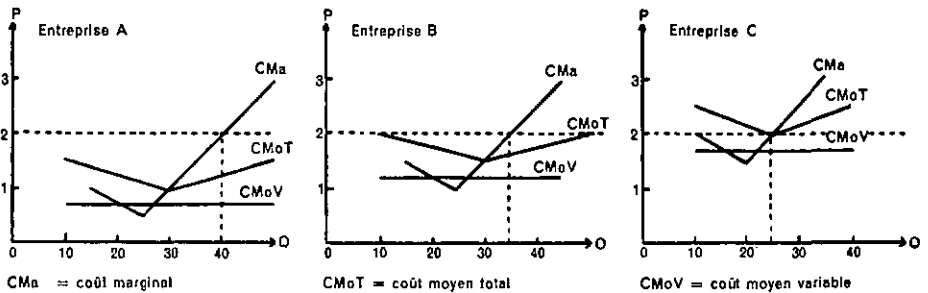
² L'entreprise arrête sa production lorsque le prix est inférieur au point mort.

³ Voir JÖHR, *Konjunkturschwankungen*, p. 379, et M. F. Capet, *L'Interaction des Marchés*, p. 168.

⁴ Nous empruntons ce graphique à SAMUELSON, *L'Economie*, traduction de Gaël Fain. Paris, p. 478. Voir aussi *Problems in the Theory of Price*. New York, p. 17.

entreprises intra-marginales arrivent par contre à réaliser une rente de producteur, rente qui varie avec le prix ¹. »

Nous voulons envisager maintenant la formation du prix d'un produit donné dans le cas de la concurrence parfaite. Nous supposons que les trois entreprises A, B et C, ayant chacune une structure des coûts différente, sont nécessaires pour couvrir les besoins.



Hypothèse : le marché a besoin de cent pièces au prix de deux.

L'équilibre sur le marché est atteint lorsque cent unités peuvent être écoulées au prix de deux. Un prix plus élevé aurait comme conséquence l'apparition, après un certain temps, d'un nouveau producteur marginal qui, par son offre supplémentaire, ferait de nouveau baisser quelque peu le prix. Un prix en dessous de deux entraînerait, tôt ou tard, l'arrêt de la production de l'entreprise marginale C. .

III. Le monopole collectif

1. La formation des prix en cas de monopole

Par monopole sur un marché parfait, nous entendons le fait qu'il existe un seul vendeur en face d'une pluralité d'acheteurs. Le monopoleur est libre dans le choix des prix ². Il fixera le prix qui lui rapporte le plus grand profit total. C'est la courbe de la demande qui lui sert de donnée de base ³.

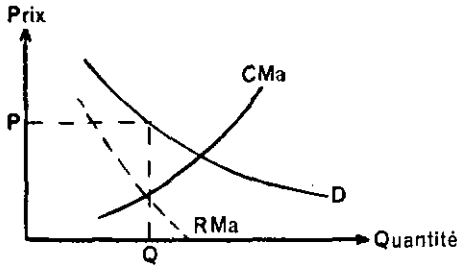
¹ MÖLLER, *op. cit.*, p. 150.

² Il rencontre néanmoins certaines limites. Il y a surtout quatre points qui représentent des limites pour le monopoleur :

1. Limites dans l'espace (les monopoles internationaux sont rares). Le prix de monopole ne peut pas dépasser les prix étrangers augmentés des frais de transport et des droits de douane.
2. Biens de substitution.
3. Pouvoir d'achat des consommateurs.
4. Point concernant l'économie interne de l'entreprise : la loi des coûts décroissants pour la production en masse et l'action des coûts fixes.

³ « Dans le cas d'un monopole de l'offre sur un marché parfait, c'est la courbe de la demande du produit en question qui est en même temps la courbe de vente du monopoleur. » MÖLLER, *op. cit.*, p. 24.

Si le prix baisse, ses ventes augmenteront et elles diminueront si le prix s'élève. Le monopoleur choisira la combinaison prix/quantité pour laquelle la recette totale moins les frais globaux donne le profit maximum. C'est le cas lorsque le coût marginal est égal à la recette marginale ¹ et ce point porte le nom de « point de monopole » ².



D = demande ; RMa = recette marginale ; CMa = coût marginal ; P = prix de monopole ; Q = quantité de monopole.

2. Le monopole collectif ³

Un vendeur unique peut être monopoleur, mais une situation de monopole peut aussi résulter de l'union de quelques producteurs qui auparavant étaient des concurrents. Dans la théorie des prix, cette situation porte le nom de « monopole collectif ». La formation des prix dans un monopole collectif est analogue, en principe, à la formation des prix en cas de monopole simple.

La courbe de la vente et la courbe de la recette marginale ne subissent aucune modification à la suite de l'union des vendeurs. La détermination de la courbe du coût marginal, par contre, présente quelques difficultés. Cette courbe est la résultante des courbes des coûts des différentes entreprises.

a) Entreprises avec la même structure des coûts

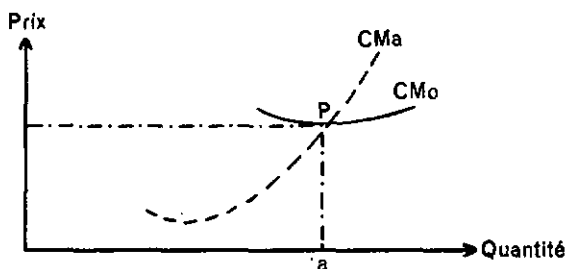
aa) *Le nombre des entreprises peut être augmenté ou diminué à volonté.* Nous pouvons donc partir de l'hypothèse suivante : les entreprises ont une structure des coûts identique et elles peuvent être ouvertes ou fermées à volonté.

En cas de libre concurrence, il s'établirait sur le marché un prix qui correspondrait au coût moyen minimum des entreprises. Si le prix s'élève au-dessus de ce niveau, de nouveaux producteurs apparaissent sur le marché, ce qui fera de nouveau baisser le prix jusqu'à P. L'offre de chaque entreprise sera égale à 0.

¹ « La production la plus profitable correspond à l'intersection des courbes de recette marginale et de coût marginal, le profit marginal étant nul. On dégage en remontant à la courbe de demande le prix à fixer pour écouler la production optimum. » SAMUELSON, *op. cit.*, p. 485.

² Voir *Problems in the Price Theory, op. cit.*, p. 80.

³ Nous nous basons surtout sur JÖHR, *Die verschiedenen Varianten des Kollektivmonopols*, dans *Revue suisse d'Economie politique et de Statistique*, août 1951.

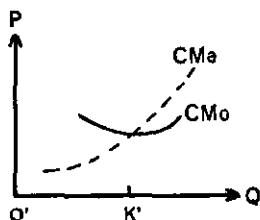
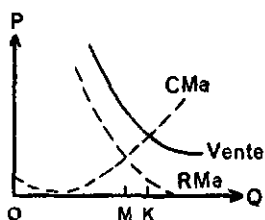


Le nombre d'entreprises nécessaires pour couvrir la demande est celui qui produit, au total, la quantité de produits demandés au prix p .

$$\text{Nombre d'entreprises (N)} = \frac{\text{Demande au prix } p}{a}$$

La courbe du coût marginal du monopole collectif est l'amplification de la courbe du coût marginal de l'entreprise. Nous la multiplions par le nombre d'entreprises (N). Le « point de monopole de Cournot » peut maintenant être déterminé sans difficulté. Nous projetons sur l'entreprise le prix de monopole trouvé et déterminons l'offre de l'entreprise à ce prix. En divisant la quantité du monopole collectif par celle produite par une seule entreprise, nous obtenons le nombre d'entreprises que l'on peut laisser prendre part à la production.

Monopola collectif - Entreprise



CMa = coût marginal
 CMo = coût moyen
 RMa = recette marginale

$$\frac{O - M}{O' - K'} = \text{nombre d'entreprises.}$$

bb) *Prise en considération de toutes les entreprises.* Le monopole collectif décrit sous aa doit réduire la quantité offerte totale (comportement monopolistique)¹; les entreprises admises à la production se comportent, en revanche, comme dans le cas de la libre concurrence.

Si toutes les entreprises doivent prendre part à la production, l'équilibre sur le marché ne peut plus être obtenu que par une limitation de la production dans les

¹ STACKELBERG, *op. cit.*, p. 20 et suivantes : « Si le prix fixé est plus élevé que le prix d'équilibre, alors l'offre doit être réduite de telle façon que le marché ne soit pas inondé de produits. La fixation de prix trop élevés, ensemble avec une réduction directe de l'offre, peut être observée surtout dans le cas des monopoles et des cartels. »

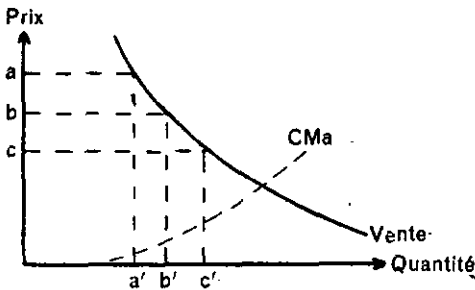
entreprises elles-mêmes. Les quantités offertes par chaque entreprise seront plus réduites qu'il n'était possible en cas de libre concurrence. La quantité du monopole pourra de nouveau être déterminée par le point d'intersection des courbes de recette marginale et de coût marginal. Ces deux courbes représentent la courbe d'une seule entreprise multipliée par le facteur N (nombre d'entreprises). On divise alors la quantité totale du monopole par le nombre des entreprises; on détermine ainsi la part de production de chaque entreprise.

b) *Entreprises n'ayant pas la même structure des coûts*

Dans le cas d'entreprises différant et en ce qui concerne la structure des coûts et en ce qui concerne la capacité de production, la question se pose de savoir comment chaque entreprise doit prendre part à la production totale. C'est de la réponse à cette question que dépend finalement la courbe de coût marginal du monopole collectif. Il y a d'abord la possibilité de faire participer à la production les différentes entreprises selon le critère de leur capacité de production et de leur puissance concurrentielle. Pour la méthode de calcul, on peut choisir indistinctement l'un ou l'autre de ces deux procédés de répartition.

Considérons le cas où la capacité de production est le facteur déterminant. La courbe du coût moyen, qui nous permet de tracer aussi celle du coût marginal, est déterminée de la façon suivante :

Au prix a correspond la quantité demandée a' . Nous répartissons la quantité a' parmi les entreprises selon leur capacité de production et nous calculons le coût total. En divisant le coût total par la quantité produite, nous obtenons le coût moyen. Le procédé est analogue pour b et b' , respectivement. A chaque combinaison prix/quantité correspond donc un coût moyen et un coût marginal déterminé et c'est ainsi que nous obtenons la courbe des coûts.



A l'aide de l'exemple ¹ suivant, nous pouvons nous rendre compte du fait que le calcul des prix, une fois établie la courbe du coût, ne présente plus de difficultés spéciales :

¹ Signalons que tous les exemples indiqués dans cette première partie sont purement théoriques. Je me base surtout sur SAMUELSON, *L'Economique*, tome I. La connaissance de la théorie facilite la compréhension des parties deux, trois et quatre.

Production totale
100 %

1.	500 unités
2.	400 unités
3.	300 unités
4.	200 unités
5.	100 unités
6.	50 unités

Entreprise a
50 %

	Fr.	Fr.	Fr.
250 à	1.80		450.—
200 à	1.55	2.80	310.—
150 à	1.50	1.70	225.—
100 à	1.80	0.90	180.—
50 à	3.—	0.60	150.—
25 à	4.—	2.—	100.—

Entreprise b
25 %

	Fr.	Fr.	Fr.
125 à	2.—		250.—
100 à	1.80	2.80	180.—
75 à	1.70	2.20	127.50
50 à	1.60	1.90	80.—
25 à	1.80	1.40	45.—
12,5 à	2.—	1.60	25.—

Entreprise c
25 %

	Fr.	Fr.	Fr.
125 à	2.20		275.—
100 à	2.—	3.—	200.—
75 à	1.90	2.30	142.50
50 à	2.—	1.70	100.—
25 à	2.40	1.60	60.—
12,5 à	3.—	1.80	37.50

Coût total
a + b + c

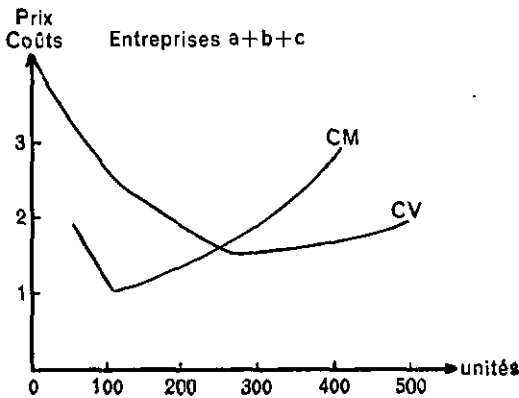
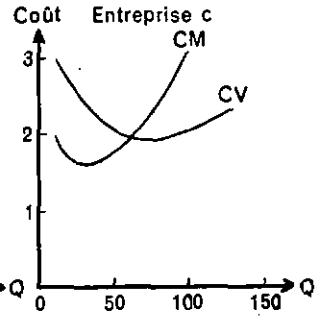
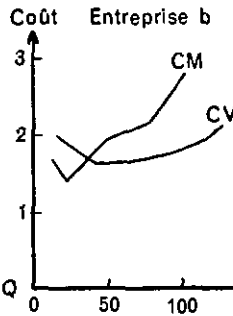
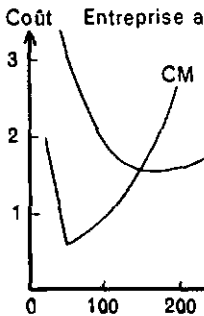
1.	975
2.	690
3.	495
4.	360
5.	255
6.	162.5

Coût marginal
Fr.

1.	2.85
2.	1.95
3.	1.35
4.	1.05
5.	1.85
6.	1.85

Coût moyen
Fr.

1.	1.95
2.	1.725
3.	1.63
4.	1.80
5.	2.55
6.	3.25



Nous supposons que la recette marginale est de 1 fr. 95 pour une vente de 300 pièces ; dans ce cas, nous avons affaire aux coûts et à la répartition de la production signalés sous 3¹.

Il se peut que des entreprises dont les coûts sont fortement dégressifs voient leurs coûts subir, en cas de limitation de la production, une telle augmentation que, malgré la hausse du prix de vente, leur coût de production n'est plus couvert. A la longue, un tel cartel ne pourrait se maintenir. Pour éviter une telle anomalie, il faut choisir un autre critère pour la répartition des quotes-parts : chaque entreprise aura le droit de produire au moins la quantité qui lui permet de couvrir le coût moyen par le prix de vente.

c) Certaines entreprises sont fermées

La fermeture d'une ou de plusieurs entreprises occasionne des frais qui doivent être supportés par les producteurs restants. Les entreprises admises à la production reçoivent, autant que possible, la quote-part pour laquelle le coût marginal correspond au coût moyen.

Le coût total du monopole collectif, dans le cas du prix x et de la qualité écoulée à ce prix, se compose de la manière suivante :

- coût de production des entreprises nécessaires à la satisfaction des besoins,
- frais entraînés par la fermeture d'une ou de plusieurs entreprises marginales.

La courbe du coût marginal peut être construite très facilement. Nous prenons notre exemple cité à la page 16 et nous supposons que la fermeture des entreprises B et C entraîne des frais de 40 et 30 unités, respectivement.

Production totale	Entreprise A		Entreprise B		Entreprise C		Coût total	Coût marginal
	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.		
1. 500	250 à 1.80	450.—	125 à 2.—	250.—	125 à 2.20	275.—	975.—	
2. 400	200 à 1.55	310.—	100 à 1.80	180.—	100 à 2.—	200.—	690.—	2.85
3. 300	150 à 1.50	225.—	75 à 1.70	127.50	75 à 1.90	142.50	495.—	1.95
4. 200	150 à 1.50	225.—	50 à 1.60	80.—		30.—	335.—	1.60
5. 100	100 à 1.80	180.—	40.—			30.—	250.—	0.85

Supposons au prix 2.— une demande de 200 pièces

Sans fermeture	Fr.
	Recettes 400.—
	Coûts 360.—
	<u>Bénéfice 40.—</u>

Avec fermeture	Fr.
	Recettes 400.—
	Coûts 335.—
	<u>Bénéfice 65.—</u>

Nous n'avons parlé dans ce chapitre que des principales formes du monopole collectif. Les combinaisons les plus diverses peuvent cependant être envisagées.

¹ Notre exemple théorique explique qu'il est nécessaire, pour la fixation des prix de vente du cartel, de savoir, d'une part, le coût marginal (résultat des coûts des entreprises) et, d'autre part, les recettes marginales (analyse du marché). Nous expliquons, dans notre seconde partie, comment procéder en pratique pour obtenir la courbe des coûts et, dans la troisième partie, nous traitons les données du marché dont il faut se rendre compte.

Dans le cadre de notre travail, la connaissance des possibilités principales est suffisante.

Ajoutons que la conception courante selon laquelle un cartel serait généralement assimilable à un monopole collectif est erronée. C'est seulement dans des cas très rares qu'il est possible de réaliser une fermeture du marché aussi complète que celle qui existe dans les secteurs du ciment et de l'horlogerie.

Sur le marché, la plupart des cartels n'ont qu'une situation de monopole partiel ou n'exercent même qu'une influence qui correspond à celle d'une firme dans le cas d'une concurrence monopolistique.

IV. Le monopole partiel

1. Généralités

Par monopole partiel, nous entendons la situation d'un vendeur important, à côté duquel il subsiste cependant sur le marché plusieurs autres vendeurs de moindre importance. Le monopoleur partiel jouit d'une certaine position de monopole. Pour pouvoir formuler des lois, la théorie des prix part de l'hypothèse que toutes les entreprises qui apparaissent comme concurrents du monopoleur partiel se comportent comme dans le cas de la libre concurrence.

L'offre du monopoleur partiel est très grande par rapport à l'offre totale. C'est pourquoi le monopoleur partiel peut influencer le prix par la modification des quantités offertes. Le monopoleur partiel porte aussi le nom de « guide des prix » (*price leader*)¹; lorsqu'il fixe les prix, il tient compte des quantités offertes par les autres vendeurs. Le monopoleur partiel ne peut faire varier son prix qu'à l'intérieur de certaines limites que Möller définit comme suit: « Soit *po* la limite supérieure et *pu* la limite inférieure de l'intervalle des prix à l'intérieur duquel le monopoleur partiel a toute liberté pour imposer un prix de son choix. Alors *po* est déterminé par le fait qu'à ce prix le marché n'est approvisionné que par les autres vendeurs et que l'offre du monopoleur partiel est égale à zéro. Le prix *pu* est déterminé, d'une manière analogue, par le fait que la quantité offerte par le monopoleur partiel, quantité qu'il ne peut plus accroître, plus la quantité offerte au prix *pu* par les autres vendeurs, est absorbée par le marché précisément à ce prix »².

La théorie du monopole partiel est valable aussi pour le « monopole collectif partiel » qui résulte de l'union d'un grand nombre de vendeurs du même produit. On n'a pu réaliser, ou on n'a pas voulu obtenir, une fermeture complète du marché³, de sorte qu'il subsiste encore un certain nombre de dissidents (*outsiders*).

¹ Voir Archibald Jamieson NICHOL, *Partial Monopoly and Price Leadership*, thèse. Columbia University, 1930, p. 11 et suivantes.

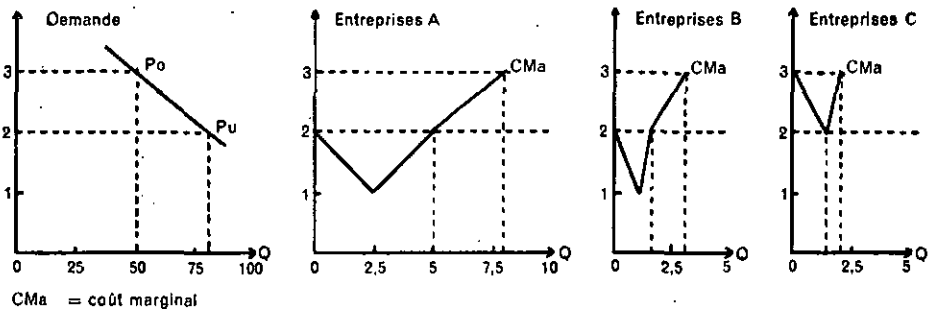
² MÖLLER, *op. cit.*, p. 196 et suivantes.

³ Dr NIEHANS, *Ökonomik des Wettbewerbs*. Cours à l'Université de Zurich, semestre d'hiver 1951/52: « Il n'est pas rare de trouver des entrepreneurs qui admettent volontiers des concurrents auprès d'eux, si ces concurrents ne leur portent pas trop de préjudice, afin qu'ils ne soient pas considérés sur le marché comme des trusts et qu'ils n'acquiescent pas ainsi, éventuellement, une mauvaise renommée. »

Nous pouvons parler d'une situation de monopole partiel proprement dit du cartel lorsque ce dernier fournit 51 % des quantités offertes sur le marché ¹. Nichol arrive aussi à la conclusion que la proportion de 51 % est suffisante ². Mellerowicz, en revanche, est de l'avis qu'une proportion d'au moins 75 % est nécessaire pour guider le prix ³.

2. Détermination du prix

Nous supposons une branche qui comprend trois groupes d'entreprises, A, B, C. A l'intérieur de chaque groupe, la structure des coûts est uniforme. Les entreprises A forment alors un cartel. Pour simplifier le problème, nous considérons le marché comme fermé dans le sens que le coût moyen d'une quatrième catégorie d'entreprises serait plus élevé que le prix 3, ce qui signifie qu'une telle catégorie n'entre pas en ligne de compte.



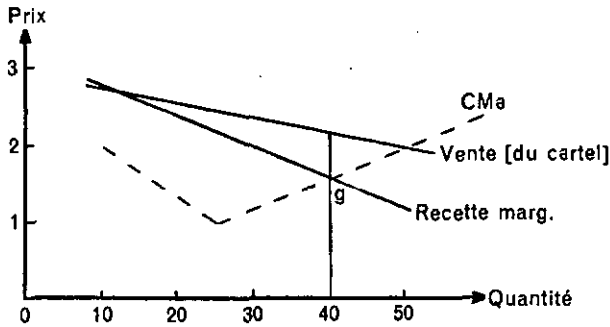
La limite supérieure est le prix auquel les entreprises B et C couvrent la demande totale (dans notre cas le prix 3, $10 \times 3 + 10 \times 2 = 50$ unités). La limite inférieure est déterminée par le fait que la quantité offerte par le monopoleur partiel, quantité qu'il ne peut plus augmenter, plus la quantité offerte au prix p_u par les autres vendeurs, est absorbée par le marché précisément à ce prix, dans notre cas le prix concurrentiel 2. Comme monopoleur partiel, notre cartel choisira, entre 2 et 3, le rapport quantité-prix le plus favorable. Le cartel calcule son prix à partir de sa courbe de demande qui est déterminée par les deux points p_u et p_o . Au prix 3, le cartel ne peut rien vendre. Au prix 2, en revanche, il peut écouler sa quantité concurrentielle, à savoir cinquante unités. Nous déterminons maintenant la courbe de recette marginale qui correspond à la courbe de la demande. Du point d'intersection des courbes de recette marginale et de coût marginal, nous pouvons déterminer ainsi la quantité à vendre la plus favorable. En prolongeant cette

¹ MÖLLER, *op. cit.*, p. 196.

² Archibald Jamieson NICHOL, *op. cit.*, p. 12.

³ Konrad MELLEROWICZ, *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. Berlin, 1940, p. 87.

perpendiculaire jusqu'à ce qu'elle rencontre la courbe de la demande, nous pouvons connaître le prix qui devra être fixé.



g = point de Cournot.

Dans notre exemple, c'est la quantité 74 qui est demandée au prix 2,2. Les entreprises avec les structures des coûts B et C, qui ne sont pas organisées, offrent ensemble trente-quatre unités ($B = 10 \times 1,8$ $C = 10 \times 1,6$. Total 34) et les entreprises cartellaires quarante unités. Le cartel a atteint alors la position la plus favorable.

V. La formation des prix en cas de concurrence imparfaite

La concurrence imparfaite (*imperfect or monopolistic competition*)¹ représente, comme son nom l'indique, une forme de la concurrence caractérisée par le fait que les règles du jeu de cette dernière ne sont plus valables que partiellement. Samuelson définit comme suit la concurrence imparfaite :

« La concurrence dite imparfaite ou monopolistique suppose que la firme exerce un certain degré de contrôle sur son prix de vente, en raison du fait qu'il n'existe pas un très grand nombre de rivaux vendant exactement le même produit qu'elle². »

La différence peut avoir son origine dans la qualité des produits, la réclame, les coutumes, l'emplacement des entreprises, les contrats de livraison, etc.³. Grâce à ses caractéristiques spéciales, l'entreprise détient une certaine position de monopole dans son rayon de vente. « Dans le cas d'une concurrence polypolistique, les entreprises ne sont plus liées à un prix de marché indépendant de leur propre comportement. Leurs conditions de vente sont plutôt caractérisées par une courbe de vente qui sera très élastique en raison des grandes possibilités de substitution des propres produits et des produits étrangers de la même branche⁴. » La substitution

¹ Friedrich KLEBS, *Kartellform und Preisbildung*. W. Kohlhammer Verlag, Stuttgart et Berlin, 1939, p. 7.

² SAMUELSON, *op. cit.*, p. 486.

³ Voir KLEBS, *op. cit.*, p. 7.

⁴ MÖLLER, *op. cit.*, p. 153.

n'a pas seulement comme conséquence le fait que la courbe de la demande est très peu inclinée, mais des changements du prix du produit de substitution peuvent faire déplacer la courbe de la demande à droite ou à gauche. C'est ce qu'on désigne sous le nom d'« élasticité de substitution ».

Le prix ne subit de variations qu'à l'intérieur d'un petit intervalle. Normalement, il dépassera le niveau du prix concurrentiel. « Dans le cas de la libre concurrence, il est avantageux de se comporter sur le marché selon le principe : prix = coût marginal. En revanche, dans le cas de la concurrence monopolistique, c'est précisément le calcul selon le coût moyen qui est possible, aussi bien en cas de frais progressifs que de frais dégressifs, tandis que le calcul selon le coût marginal est possible lorsque les frais sont progressifs, mais impossible lorsque les frais sont dégressifs ¹. »

Nous ne pouvons parler d'un équilibre en cas de concurrence monopolistique que lorsque les frais moyens sont dégressifs.

Beaucoup de cartels vendent des produits qui sont facilement remplaçables. En outre, en raison des nombreux dissidents (*outsiders*), la part de marché du cartel peut tomber au-dessous des 51 % nécessaires à un monopole partiel. Dans ce cas, la situation peut être considérée comme monopolistique.

C'est pourquoi beaucoup de cartels ne fixent pas des prix plus élevés que ceux qui sont nécessaires pour couvrir le coût moyen et pour garantir un profit convenable. Cela correspond au comportement des entreprises en cas de concurrence monopolistique.

Il résulte donc des lois de la théorie des prix que deux éléments sont déterminants pour la fixation des prix dans un cartel : le coût de production (courbe du coût marginal) d'une part, la situation sur le marché et les conditions de demande (courbe de vente) d'autre part. Notre problème « La tarification dans les cartels » se divise donc en deux parties principales, la détermination des frais et l'estimation de l'influence exercée par le marché.

Même si, dans la réalité, les cartels ne sont presque jamais dans une position suffisamment forte pour fixer la courbe du coût marginal et celle de la recette marginale, ils auront cependant toujours la tendance de rechercher la position la plus avantageuse. Le coût représente alors dans tous les cas la limite inférieure. Le marché, par contre, dicte la limite supérieure.

¹ MÖLLER, *op. cit.*, p. 33.

La prise en considération des frais lors de la fixation des tarifs

I. Introduction

En cas de libre concurrence, l'entrepreneur, pour qui le prix du marché représente une donnée qu'il ne peut pas modifier, ou qu'il ne peut faire varier qu'à l'intérieur de limites très étroites (*imperfect competition*), s'efforcera toujours de déterminer exactement le prix de revient des différents produits. Le but de ce calcul est, avant tout, de contrôler si la production d'un produit donné est rentable ou non.

Il serait erroné de penser qu'un groupement économique ayant une marge de liberté plus ou moins grande lors de la fixation des prix ne doit plus se préoccuper du calcul de ses prix de revient. Un des buts principaux du cartel est précisément de fixer le prix à un niveau tel qu'il couvre le coût de production, ce qui exige la connaissance du prix de revient. Mais, dans beaucoup de cartels, on s'en occupe très peu, surtout en raison du fait que souvent les entreprises groupées dans un cartel gardent anxieusement le secret de leurs opérations internes. Tout au plus, les coûts de production des entreprises sont-ils pris en considération lorsque les représentants des membres du cartel examinent si le prix proposé comme tarif est suffisant ou non pour leur entreprise.

Mais dans les industries syndiquées, on ne procède souvent à aucun calcul de prix de revient. Seuls les membres les plus importants du syndicat connaissent le prix de revient des produits qu'ils fabriquent et peuvent donc déterminer le prix de vente en conséquence. Les autres entrepreneurs donnent leur agrément au prix fixé – qui devient ainsi leur prix de vente – sans savoir à combien s'élève leur coût de production. La concentration d'industries similaires entrave souvent le développement du calcul des prix de revient¹. En étudiant la comptabilité des ateliers lithographiques, Hofer s'est également aperçu de cette lacune : « Das innerbetriebliche Rechnungswesen steckt im Lithographiegewerbe noch in den Anfängen. Dies ist eine Folge des allzulange vorherrschenden Glaubens, dass eine Kostenüberwachung gar nicht erforderlich sei, da ja offizielle Kalkulationsnormen vorlägen, an welche sich alle Firmen zu halten hätten. Die Tarifpreise seien so bemessen, dass sie jeder Lithographischen Anstalt ein ausreichendes Auskommen gestatten würden. Nur langsam und zögernd setzte sich bei einigen Anstalten die Ansicht durch, dass es für sie von lebensnotwendigem Interesse sei, ihre

¹ Voir LEITNER, *Die Selbstkostenrechnung industrieller Betriebe*, p. 25.

betriebsinternen Selbstkosten und vor allem die Gemeinkostenzuschläge zu kennen¹.»

Les cartels bien organisés font recueillir par leur direction commerciale les chiffres concernant les coûts réels de toutes ou de quelques-unes des entreprises cartellisées. Ces données sont étudiées par la Commission des prix, la Commission du travail, etc., qui s'efforcent tout d'abord de les rendre comparables entre elles². Ensuite, il s'agit d'en déduire un prix de revient qui puisse servir de base à la détermination du prix de vente.

Les prix de revient fournis par les différentes entreprises ne peuvent pas, sans autre, être comparés entre eux.

Les différences entre les prix de revient peuvent quelquefois être grandes en raison du fait que seule une partie des entreprises utilise les meilleurs procédés de production, tandis qu'une autre partie n'introduit qu'un nombre restreint d'améliorations. Le coût unitaire dépend surtout de la grandeur de l'entreprise, du degré d'occupation, du degré de mécanisation, de l'équipement technique, des conditions d'approvisionnement et de vente, du montant du capital investi, de l'habileté et de l'expérience de la direction et du personnel, du mode de rétribution (salaire au temps, salaire aux pièces), de l'organisation et du contrôle des travaux de l'entreprise³.

Certaines différences sont dues à l'efficiéce inégale des diverses entreprises, d'autres écarts proviennent d'un calcul incorrect des prix de revient. Pour obtenir des chiffres comparables entre eux, nous devons éliminer tous les écarts que l'on peut attribuer à une inégalité ou à une incorrection dans le calcul des prix de revient. Nous devons également prendre en considération le degré d'occupation et, enfin, tenir compte de toutes les augmentations et diminutions de frais que la cartellisation entraîne pour chacune des différentes entreprises. C'est alors seulement que les résultats sont comparables entre eux et peuvent, fioalement, servir de fondement au calcul du prix de revient de base.

II. La confrontation des coûts

1. *Examen de la méthode de calcul*

Les cartels qui se donnent comme tâche de calculer aussi le prix de revient chargent souvent de ce travail un bureau de calcul spécial⁴. Pour chaque produit dont le tarif doit être fixé, le bureau de calcul détermine d'abord le coût dans les diverses entreprises et, à partir de ces coûts, le prix de revient de base.

¹ Fritz HOFER, *Die Betriebsabrechnung in der Lithographischen Anstalt*, thèse. Berne, 1952, p. 75.

² Martin LOHMANN, *Das Rechnungswesen der Kartell- und Gruppenwirtschaft*. Berlin, Verlag Jul. Springer, 1937.

³ Rolf DAHLER, *Preiskartelle*, thèse. Cologne, 1937.

⁴ Comme, par exemple, dans le cas de l'Union suisse des fabriques de cartonnages et dans celui de l'Association des propriétaires lithographes suisses.

Il existe pour cela deux possibilités :

- a) Le bureau de calcul demande aux entreprises de calculer le coût d'un produit déterminé dont le tarif doit être fixé. Ces prix de revient sont comparés entre eux et servent de fondement au calcul d'un prix de revient de base uniforme.
- b) Le bureau de calcul demande aux entreprises leur feuille de décompte d'exploitation¹ où figurent les frais par centres de frais. Ces données permettent d'établir des taux uniformes par centres de frais qui seront valables pour tout le calcul et qui permettront au bureau de calcul de déterminer le prix de vente de tous les produits contenus dans le tarif.

Pour rendre comparables les données fournies par les entreprises, il faut en éliminer d'abord toutes les différences dues à l'application de méthodes de calcul différentes.

Le bureau central examinera très attentivement surtout les prix de revient des entreprises qui ne disposent que d'une comptabilité d'exploitation incomplète. Dans de telles entreprises, les prix de revient sont souvent calculés d'une manière très sommaire². Un calcul de ce genre doit être considéré comme insuffisant dans la plupart des cas. Dans de petites entreprises avec un seul centre de frais où les frais généraux de fabrication varient parallèlement aux salaires individuels (c'est-à-dire où une augmentation ou une diminution des charges de salaires individuels entraîne automatiquement une augmentation ou une diminution des frais généraux), cette méthode peut, à la rigueur, suffire. Pour beaucoup d'entreprises, en revanche, le cartel devra calculer à nouveau, sur la base des charges contenues dans la comptabilité, les prix de revient.

Mais il y aura des écarts même dans le cas d'entreprises dont la comptabilité d'exploitation est exemplaire et cela en raison de la diversité des procédés de calcul des prix de revient. D'une part, les centres de frais peuvent être déterminés selon des critères différents (dans l'espace, fonctionnels) et, d'autre part, la répartition des frais peut être effectuée de diverses manières³.

En raison des nombreuses difficultés créées par la diversité des modes de calcul, il serait souhaitable qu'une méthode uniforme de calcul des prix de revient puisse être introduite. Ceci n'est cependant pas facilement réalisable parce que les entreprises, selon leur capacité de production, ont besoin d'une comptabilité d'exploitation plus ou moins perfectionnée et, qu'en outre, elles n'aiment pas que l'on se mêle de leurs questions internes. L'introduction de principes uniformes de calcul est néanmoins du domaine du possible, comme le prouve l'économie américaine où, dans la plupart des branches, il existe aujourd'hui des *cost accounting systems* uniformes, c'est-à-dire des schémas de calcul des prix de revient uniformes, ajustés aux besoins spécifiques des diverses branches⁴.

¹ Pour la composition et le but de la feuille de décompte d'exploitation, voir *RKW : Grössere Wirtschaftlichkeit durch geordnetes Rechnungswesen und Betriebsuntersuchungen*. Stuttgart, 1948.

² On établit le montant des frais de fabrication en ajoutant un supplément de fabrication aux frais de matière particuliers ou aux salaires individuels. Dans l'art de la lithographie, par exemple, il n'était pas rare de calculer la valeur du prix de revient en ajoutant un supplément de 100 % aux frais de salaires.

³ Voir aussi Fritz HOFER, *op. cit.*, p. 74.

⁴ Voir SÖLTER, Düsseldorf, *Betriebsvergleich und Dekartellierungsrecht*. *WuW*, Heft 6, 1952.

Dans la mesure où le bureau de calcul dispose des compétences nécessaires, il corrigera, après des études approfondies, les inégalités qui résultent de la diversité des méthodes de calcul. Des cartels qui, comme l'Association des propriétaires lithographes suisses par exemple, prescrivent la feuille de décompte d'exploitation uniforme aux entreprises dont les données servent à déterminer le prix de revient de base, sont rares. C'est une nécessité quand les cartels n'enregistrent que les taux des centres de frais des entreprises et calculent ensuite eux-mêmes le prix de revient de base des produits du cartel.

Mais l'uniformisation des feuilles de décompte d'exploitation ne suffit pas à éliminer toutes les différences entre les prix de revient imputables à la méthode de calcul. Parallèlement à l'uniformisation de la feuille de décompte d'exploitation, on devra choisir aussi une base de référence commune pour le calcul des taux par centres de frais. Quelles devraient être les caractéristiques de cette base de référence? Gerhard Schott écrit à ce sujet: « Es gilt der Grundsatz, dass für die typische Leistung der Kostenstelle ein adäquater Masstab zu bestimmen ist. Diese Masstabwahl ist schon innerbetrieblich von grösster Bedeutung, da der gewählte Masstab als Bezugsgrundlage für die Kostenträgerabrechnung gilt. Zwischenbetrieblich ist nur darauf zu achten, dass die Masstabwahl einheitlich erfolgt. Da die Leistungen sehr unterschiedlich sind, ist es notwendig, dass sie dem wirklichen Leistungsverlauf entspricht, das heisst möglichst proportional zu den Leistungen ist¹. »

La feuille de décompte d'exploitation établie par le cartel et incluse par les entreprises dans leur comptabilité d'exploitation n'est pas différente, en principe, de la feuille de décompte d'exploitation dont s'occupent en détail les ouvrages d'économie commerciale. La subdivision des centres de frais doit être faite de telle manière qu'elle puisse être utile à toutes les entreprises. C'est pourquoi elle sera différente de cartel à cartel.

De tels efforts d'uniformisation de la feuille de décompte d'exploitation ont été introduits avec succès dans la pratique. Nous citons le cas de l'Association des propriétaires lithographes suisses, dont nous examinons ici de plus près la feuille de décompte d'exploitation qui contient :

1. Les genres de frais que l'on rencontre dans cette branche économique.
2. La clé de répartition des frais entre centres de frais et celle de l'imputation des frais des centres auxiliaires aux centres principaux.
3. Les centres de frais, subdivisés en centres auxiliaires, centres de fabrication et centres d'administration. La liste des centres énumérés à l'intérieur de chaque groupe est exhaustive et ne peut pas être élargie et restreinte arbitrairement.
4. La base de répartition des frais d'administration. Ils sont imputés aux centres de frais de fabrication selon la proportion des frais d'exploitation attribués à ces derniers.

¹ Gerhard SCHOTT, *Grundlagen des Betriebsvergleiches*. Verlag Aug. Lutzeyer, Francfort-sur-le-Main, 1950, p. 54.

5. Le calcul du taux de fabrication. On l'obtient en divisant les frais d'un centre par le nombre d'heures correspondant.
6. Les frais de magasinage des matières qui sont répartis directement et dans la proportion de la valeur des matières entre les comptes du prix de revient. C'est le seul taux de centre de frais qui ne soit pas obtenu sur la base des heures de fabrication.

(Voir, à l'annexe, la feuille de décompte d'exploitation de l'Association des propriétaires lithographes.)

2. *Ecartus dus à l'imputation inégale des charges*

Certaines différences entre les prix de revient calculés par les entreprises peuvent provenir du fait que l'imputation des charges ne se fait pas selon les mêmes principes. Des taux inégaux d'évaluation, une distinction peu précise entre « dépenses » (notion de la comptabilité commerciale) et « frais » (notion du calcul du prix de revient), une délimitation incorrecte des frais dans le temps¹, favorisent la création de tels écarts. Nous voulons examiner de plus près les frais qui donnent lieu le plus souvent à des différences.

a) *Amortissements*

Les amortissements budgetés sont, sous ce rapport, les frais les plus importants qui doivent être soumis à un examen approfondi. L'amortissement budgeté ne doit pas être confondu avec l'amortissement effectif, tel qu'il apparaît dans la comptabilité d'entreprise. Tandis que l'amortissement effectif subit l'influence de considérations commerciales, comme par exemple la création de réserves latentes, ainsi que d'autres mesures et habitudes dictées par la prévoyance commerciale, la détermination des montants à prévoir pour l'amortissement budgeté devrait être guidée par la seule volonté d'arriver à une connaissance exacte des frais. Toutes les considérations d'ordre subjectif doivent alors passer au second plan. Les amortissements budgetés doivent correspondre à la diminution effective de la valeur des installations (machines, etc.). Les amortissements périodiques dépendent d'abord de la valeur initiale des installations. C'est pour cette raison que l'on établit des normes uniformes d'évaluation.

La méthode juste du point de vue théorique est celle qui prend comme base la valeur de remplacement. Cette valeur n'est cependant connue que dans de très rares cas et elle peut, tout au plus, être déterminée approximativement. Une telle méthode est, par exemple, citée par l'Association des propriétaires lithographes suisses dans ses « Directives de Calcul » :

« Der Wiederbeschaffungspreis wird unter Zuhilfenahme von Indexzahlen, welche der Teuerung auf dem Maschinenmarkt Rechnung tragen, festgestellt. Es geschieht dies folgendermassen :

¹ Voir E. SCHMALENBACH, *Selbstkostenrechnung und Preispolitik*, 6. Auflage, p. 260 : « Unter zeitlich richtiger Abgrenzung verstehen wir, dass Beträge nur einer Periode belastet werden dürfen, der sie tatsächlich angehören. »

<i>Anschaffungsjahr der Anlagen :</i>	<i>heutiger Wiederbeschaffungswert = Anschaffung + % Zuschlag</i>
vor 1936 (Frankenabwertung)	75%
1936–1945	50%
seit 1946	—%

» Der Abschreibungssatz richtet sich nach der wirtschaftlichen Lebensdauer, die in der Regel kürzer ist als die technische, weil sie das Moment der technischen Überholung berücksichtigt ¹. »

Des différences peuvent aussi provenir du fait que certaines réparations qui entraînent une augmentation de valeur sont considérées comme des frais, bien qu'elles représentent de nouvelles installations. Des réparations qui augmentent la valeur doivent donc, jusqu'à un certain montant, être inscrites à l'actif et transformées en frais par le moyen de l'amortissement. De telles réparations ne sont pas rares dans la pratique. Pour des raisons de politique d'entreprise, elles ne sont cependant inscrites à l'actif que dans de très rares cas.

b) *Intérêts*

On considère très souvent les intérêts du capital propre comme une partie intégrante du bénéfice qui ne doit donc pas être prise en considération dans le calcul du prix de revient. Il s'agit de frais qui ne représentent pas de dépenses. Néanmoins, comme dit Schmalenbach :

« Bei der Bewertung der Kostenelemente kommt es nicht auf die Ausgaben, sondern auf den Betriebswert der untergegangenen Gegenstände an. Es ist selbstverständlich, dass es gleichgültig ist, ob Kapital geliehen oder aus eigenem beigesteuert wurde. Es kommt lediglich darauf an, ob durch einen Produktionsprozess Kapital gebunden wird, nicht darauf, woher es stammt ². »

La question se pose de savoir quel est le taux d'intérêt que l'on doit appliquer et quelles sont les sommes sur lesquelles il faut payer des intérêts. Schmalenbach propose que le taux de la dernière unité de capital nécessaire à l'entreprise soit déterminant.

A notre avis, il serait indiqué d'appliquer le taux qu'il faudrait payer si, pour les mêmes investissements, le capital propre était remplacé par des fonds empruntés.

Il s'agit surtout aussi de déterminer le montant du capital sur lequel il faut payer les intérêts. En règle générale, c'est seulement le capital nécessaire à l'entreprise. Le capital propre nécessaire à l'entreprise dépend toutefois très fortement de l'évaluation. Des entreprises utilisant beaucoup de capital auront dans ce cas de très gros frais d'intérêts dans les premières années, frais qui décroissent ensuite chaque année. Cependant, l'on s'efforce d'attribuer à chaque période de calcul les mêmes frais d'intérêts. Hofer propose le procédé suivant :

« In unserem Fall ist es im Interesse einer richtigen zeitlichen Zinskostenverteilung zweckmässiger, wenn der jeweilige Kostenrestwert durch einen Wert

¹ Fritz HOFER, *op. cit.*, p. 57.

² E. SCHMALENBACH, *op. cit.*, p. 146.

ersetzt wird, der dem durchschnittlich während der Lebensdauer in einer Anlage investierten Vermögen entspricht. Wir erhalten für jeden Anlagegegenstand diesen Wert, indem wir die Summe aller seiner Kostenwerte durch die Zahl der Nutzungsjahre dividieren. Den daraus entstehenden Durchschnittskostenrestwert vermerken wir auf der Anlagekarte und verwenden ihn während der ganzen Lebensdauer der Anlage für die Zinskostenberechnung. Auf diese Weise ergibt sich eine richtige, für die ganze Nutzungsdauer der Anlage gleichbleibende Zinskostenbelastung. Das Total der Zinskosten, das der gesamten Nutzungsdauer entspricht, bleibt selbstverständlich das gleiche wie bei der auf dem jeweiligen Kostenrestwert beruhenden Zinskostenberechnungsmethode¹. »

c) *Impôts*

Puisque nous entendons par frais seulement la diminution de fortune provoquée par l'accomplissement de prestations, seuls les impôts en rapport direct avec les prestations effectuées peuvent être considérés comme des frais. Tous les impôts qui ne remplissent pas cette condition sont des dépenses en dehors de l'exploitation. Le domaine des impôts qui sont des frais est sensiblement plus étroit qu'on ne le suppose d'ordinaire dans la pratique.

Les impôts sont des frais lorsqu'ils sont perçus sur des parties de la fortune qui servent à l'accomplissement des prestations ou à l'acquisition et l'utilisation de biens matériels. C'est le cas surtout des impôts fonciers et des impôts sur les voitures².

d) *Dépenses neutres*

Par dépenses neutres, nous entendons les dépenses ou pertes qui ne proviennent pas directement de l'exploitation proprement dite et qui ne peuvent donc aucunement être considérées comme des frais. Schmalenbach mentionne les cas suivants de dépenses neutres :

1. Il s'agit de dépenses que l'entreprise a prises à sa charge pour une raison quelconque, mais qui en réalité ne la concernent pas (dépenses privées).
2. Il s'agit de dépenses qui concernent l'exploitation prise dans un sens large, mais pas l'exploitation dans un sens plus étroit (pertes sur effets).
3. Il s'agit de dépenses qui concernent l'exploitation dans un sens plus étroit, mais pas la période qui doit supporter la dépense (utilisation de la garantie).
4. Il s'agit de dépenses fortuites plus importantes (pertes sur débiteurs)³.

Les dépenses neutres sont incluses dans la comptabilité commerciale, mais ne doivent pas figurer dans la comptabilité d'exploitation.

Le bureau de calcul examinera très attentivement surtout les charges mentionnées plus haut sous *a - d* et corrigera des écarts éventuels. On s'efforcera principalement d'obtenir l'uniformité, afin que les frais des différentes entreprises puissent être comparés entre eux.

¹ Fritz HOFER, *op. cit.*, p. 64.

² Fritz HOFER, *op. cit.*, p. 59.

³ E. SCHMALENBACH, *Prétiale Wirtschaftlenkung*, Bd. 2. Bremen-Horn, 1948, p. 53.

III. Le degré d'occupation

1. L'influence du degré d'occupation sur les frais effectifs

a) L'action du degré d'occupation en général

L'économie moderne, à peu d'exceptions près, est caractérisée par le fait que lorsque l'occupation augmente, jusqu'au degré d'occupation optimum¹, les frais par unité de prestation diminuent et que, inversement, ces frais augmentent lorsque le degré d'occupation diminue. Les différentes entreprises, même celles de la même branche, ne réagissent pas cependant d'une manière analogue aux modifications du degré d'occupation. Cela dépend des frais fixes². Dans les entreprises qui travaillent avec de grands capitaux, les frais fixes sont très élevés et les fluctuations de l'occupation exercent dans ce cas une influence considérable³. Pour pouvoir examiner exactement leur action sur les frais, nous subdivisons ceux-ci en deux catégories : frais qui varient avec le degré d'occupation et frais qui restent inchangés pour tout degré d'occupation.

Mellerowicz pousse plus loin cette subdivision des frais et il distingue :

frais qui varient à peu près parallèlement au degré d'occupation (frais variables), frais qui augmentent avec les divers degrés d'occupation (frais relativement fixes) et frais qui restent inchangés (frais absolument fixes)⁴.

L'entreprise devient d'autant plus sensible à une diminution de la demande que le montant des frais fixes est élevé par rapport aux autres frais. Une diminution de l'occupation entraîne une surcapacité, qui est à l'origine de frais non conditionnés par la production et qui, pour cette raison, ne devraient pas être imputés. Les entreprises essaieront néanmoins de maintenir aussi longtemps que possible sur le marché un prix équivalent au coût moyen. Pour réduire les frais à un minimum, les entreprises essaient plutôt de produire davantage, afin d'atteindre un degré d'occupation aussi favorable que possible. Mais c'est précisément le principe du « plein emploi à tout prix » qui contribue à accélérer la baisse des prix en temps de dépression. Il est vrai que les prix de vente descendent fortement en dessous de ce niveau à la suite de la surabondance de l'offre sur le marché. Dans ces conditions, on ne saurait reprocher aux entreprises de se grouper dans un cartel afin

¹ Par degré d'occupation optimum, nous entendons l'utilisation de la capacité de l'entreprise pour laquelle le coût marginal est égal au coût moyen. Pour cette occupation, le coût moyen atteint son minimum.

² « Kapazität bedeutet nur eine technische Möglichkeit, Leistungen zu erstellen. Es ist das Vorhandensein einer Möglichkeit eines Leistungseinsatzes. » Voir A. WALTHER, *Einführung in die Wirtschaftslehre der Unternehmung*, Bd. I, « Der Betrieb ». Zurich, 1947, p. 234.

³ « In Hüttenwerken, Walzwerken, Papierfabriken, welche einen grossen Anteil an fixen Kosten verursachen, liegen starke Zusammenhänge zwischen Kostengestaltung und Beschäftigungsgrad vor. Diese Zusammenhänge müssen dann bei der Produktionsregulierung berücksichtigt werden. » Voir Hermann PETRI, *Industrielle Kartellpreise und betriebliche Kosten*, thèse. Cologne, 1926, p. 55.

⁴ WALTHER les nomme : « Kosten der Kapazität, Kosten der Leistungsbereitschaft und Kosten der Beschäftigung. » Voir WALTHER, *op. cit.*, p. 248. Voir aussi SCHMALENBACH, *Preziale Wirtschaftsführung*, p. 53.

d'échapper à la ruine¹. Cette cartellisation aura comme premières conséquences des prix plus élevés et des mesures de restriction de la production ; elle entraînera donc une diminution du degré d'occupation des entreprises cartellaires². Cette constatation est valable pour tous les cartels qui augmentent les prix, directement ou indirectement.

b) *Dépendance des frais par pièce du degré d'occupation*

Les entreprises qui emploient la méthode de calcul par simple division comparent les frais des produits au degré d'occupation de l'ensemble de l'entreprise. Car le nombre des produits fabriqués sert aussi d'indice de l'occupation. Lorsque les frais sont dégressifs, une augmentation du taux d'occupation fait diminuer les frais par unité produite. Cette diminution est d'autant plus sensible que les frais fixes sont grands par rapport aux frais totaux. Cette action se manifeste le plus clairement dans les entreprises qu'on appelle des « entreprises à frais fixes »³.

Dans des entreprises qui ne produisent pas un produit unique, et dont les frais doivent alors être calculés par majoration, l'action du degré d'occupation n'apparaît plus si clairement. Dans un tel cas, nous arriverons à connaître le degré d'occupation par centre de frais. Il est vrai qu'il existe aussi, pour ces exploitations, la possibilité de mesurer le degré d'occupation total. L'unité de mesure peut être soit une unité de mesure monétaire (par exemple la somme des salaires productifs), soit une unité de mesure matérielle⁴ (heures/machine, heures/centre de frais, quantité de matières premières travaillées, etc.). Ce degré d'occupation présente un intérêt pour l'exploitation dans sa totalité, mais pour le calcul, c'est le degré d'occupation des centres de frais qui est déterminant.

Dans l'Association des propriétaires lithographes suisses, on détermine le degré d'occupation d'un centre de frais selon la méthode suivante :

¹ « Das Vorhandensein hoher Fixkosten bringt die Industrie bei andauernder Überkapazität in so grosse Schwierigkeiten, dass schliesslich nichts anderes übrig bleibt als die Gründung eines Kartells. Die Schwierigkeiten setzen infolge des Umstandes ein, dass bei Vorhandensein fixer Kosten und bei nicht ausgenutzter Kapazität die Grenzkosten unterhalb der Vollkosten liegen. » E. SCHMALENBACH, *Der freien Wirtschaft zum Gedächtnis*. Westdeutscher Verlag, Cologne, 1949, p. 78.

² Voir F. SCHEURER, *Les aspects techniques de la politique cartellaire*. *Courrier du Comptable*, avril 1954.

³ SCHMALENBACH cite l'exemple suivant : « Nimmt man für Abschreibungen und Zinsen 13 %, so ergeben sich als ungefähre Belastungen bei einer Kilowattstunde (kWh) durch den Kapitaldienst :

8760 stündliche Ausnützung (Vollausnützung)	2 Pf.
5000 stündliche Ausnützung	3,5 Pf.
2000 stündliche Ausnützung	9,1 Pf.
500 stündliche Ausnützung	35 Pf.

Aus diesen stark ansteigenden Zahlen für die Kilowattstunde ergibt sich deutlich der riesig hohe Grad der Kostendegression bei abfallendem Beschäftigungsgrad. Hier kann man in der Tat sagen, dass die Kostendegression im wesentlichen eine Funktion des Kapitals sei. » E. SCHMALENBACH, *Selbstkostenrechnung*, p. 218.

KEMMLER donne l'exemple suivant qu'il a rencontré dans l'industrie du ciment en Allemagne : « Kosten je Tonne in einem süddeutschen Werk mit 100 000 Tonnen Jahres-Erzeugung bei einem Beschäftigungsgrad von 30 % = 40,96 RM, 50 % = 28,84 RM, 100 % = 19,60 RM. » *Struktur und Organisation der deutschen Zementindustrie*. Stuttgart, 26 septembre 1933.

⁴ Voir SCHOTT, *op. cit.*, p. 40 et suivantes.

1. Heures de salaires par an (48 heures × 52)	2496
2. Moins jours fériés, absences	96
3. Durée possible de prestation de la machine	2400
4. Entretien et nettoyage, arrêts, pannes, petites interruptions de travail, environ	500
	<u>1900</u>

Pour arriver à connaître le degré d'occupation effectif, nous mettons en rapport les heures de travail réellement effectuées avec 1900.

Les entreprises de l'Association des propriétaires lithographes suisses calculent les frais par centres de frais et établissent pour chacun d'eux un tableau qui contient les frais correspondant à différents degrés d'occupation (voir tableau de la page 33).

2. Prise en considération du degré d'occupation futur

a) Détermination du degré d'occupation futur

aa) *Production unique.* Dans des cartels dont les entreprises ne fabriquent qu'un seul produit, on peut déterminer le prix et la quantité selon les méthodes que nous avons citées dans la partie théorique. Pour déterminer la quantité, les entreprises doivent calculer les frais correspondant à chacun des degrés d'occupation qui entrent en ligne de compte ; le degré d'occupation futur ne peut donc pas être déterminé à l'avance.

Exemple :

Entreprise A. Capacité : 100 000 pièces. Coûts fixes : 100 000 francs.						
DO	CF	CF rel.	CV	Total	Coûts m.	Coûts mar. ¹
%	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.	Fr.
110	150 000.—	70 000.—	220 000.—	440 000.—	4.—	7.—
100	100 000.—	70 000.—	200 000.—	370 000.—	3.70	4.—
90	100 000.—	50 000.—	180 000.—	330 000.—	3.66	3.—
80	100 000.—	40 000.—	160 000.—	300 000.—	3.75	2.—
70	100 000.—	40 000.—	140 000.—	280 000.—	4.—	3.—
60	100 000.—	30 000.—	120 000.—	250 000.—	4.16	2.—
50	100 000.—	30 000.—	100 000.—	230 000.—	4.60	3.—

¹ DO = degré d'occupation, CF = coûts fixes, CF rel. = coûts relativement fixes, CV = coûts variables, Coûts m. = coûts moyens, Coûts mar. = coûts marginaux.

Chaque entreprise doit fournir un tel tableau. La comparaison des données ainsi obtenues permet au cartel de déterminer la position la plus avantageuse.

La pratique n'applique que très rarement la méthode théoriquement correcte. Le plus souvent, elle fixe le degré d'occupation futur par simple estimation.

bb) *Production multiple.* En cas de production multiple, il est encore plus difficile de calculer le degré d'occupation futur. La solution du problème se complique du fait que l'on doit calculer le degré d'occupation pour chacun des centres de

Kosten, bzw. Kostenstellenvergleich

Kostenstelle :

Betrieb Nr.

Abrechnungsperiode :

	I. Berechnungsgrundlagen :	
A	Wiederbeschaffungswert der Kostenstellenanlagen	Fr.
B	Abschreibungssatz, bezw. -sätze	%
C	Format (bei Maschinen)	—
D	Antriebsleistung	KW
E	Bedienung	—
F	Kostenstellenstundenlohn	Fr.
G	Raumbedarf der Kostenstelle	m ²
H	Kosten der Raumeinheit	Fr./m ²
	II. Kostenstellenkosten laut BAB :	
1	Löhne	Fr.
2	Gehälter	Fr.
3	Lohn-, bzw. gehaltabhängiger Aufwand	Fr.
4	Hilfsmaterial	Fr.
5	Reparaturen und Ergänzungen	Fr.
6	Allg. Betriebsgemeinkosten	Fr.
7	Gas, Wasser	Fr.
8	Licht	Fr.
9	Kraft	Fr.
10	Sachversicherungen	Fr.
11	Autosteuern und -versicherungen	Fr.
12	Jahres- und Verbandsbeiträge (nur nerufliche)	Fr.
13	Miete und Heizung	Fr.
14	Lagerkosten	Fr.
15	—	Fr.
16	Kalkulatorische Abschreibung	Fr.
17	Kalkulatorische Verzinsung	Fr.
18	= direkte Stellengemeinkosten	Fr.
19	+ Umlagekosten: allgemeine und Hilfsstellen	Fr.
20	= Fertigungskosten	Fr.
21	+ Umlagekosten: Verwaltung und Vertrieb (%)	Fr.
22	= Selbstkosten der Kostenstelle	Fr.
a	Soll-Beschäftigung	Std.
b	Ist-Beschäftigung	Std.
c	Beschäftigungsgrad (b: a × 100)	%
d	Fertigungszeiten (direkte Stunden)	Std.
e	Nutzungsgrad (: b × 100)	%
f	Selbstkosten je Fertigungsstunde	Fr.
g	Fortdruckzeiten	Std.
h	Druckleistung insgesamt in Bogen	Bogen
i	Durchschnittsstundenleistung	Bogen/Std.
k	Selbstkosten für 1000 Druck einfarbig (f: i × 100)	Fr.

frais. On a souvent recours à des estimations. Lors de la création d'un nouveau cartel, on s'attend à une diminution des ventes et, partant, à une diminution de l'occupation.

Les difficultés que soulève la détermination du degré d'occupation futur ont amené beaucoup de cartels à prendre comme base de calcul un taux d'occupation moyen¹,². Le taux choisi correspond cependant plutôt à une occupation minimum qu'à une occupation moyenne. Même en cas de diminution de l'occupation, on veut garantir aux entreprises la couverture totale des frais.

b) Détermination des frais correspondant au degré d'occupation futur

aa) *Tous les produits sont tarifés.* Le calcul exact des frais correspondant au degré d'occupation futur n'est possible que si nous connaissons les caractéristiques des différents genres de frais. Nous avons avantage à distinguer entre frais fixes, frais relativement fixes et frais variables.

Les premiers et les derniers ne posent pas de problèmes spéciaux. Leur comportement en cas de fluctuations de l'occupation est connu. Les frais relativement fixes doivent, en revanche, être analysés de plus près. Nous devons examiner comment se comporte chaque poste en cas de fluctuations de l'occupation. Après avoir calculé les frais globaux entraînés par le degré futur d'occupation, nous diviserons leur somme par la production future et nous obtenons les frais par unité (pour un seul produit, pour une unité de production ou pour l'heure/centre de frais, etc.).

bb) *Seulement quelques produits sont tarifés.* Il existe des cartels qui n'englobent qu'un produit déterminé de la production d'une branche industrielle³. La fixation des prix fait que la vente de ce produit diminue quelque peu et que les frais par unité (taux des centres de frais) augmentent en proportion, au détriment des autres produits fabriqués dont la vente n'a pas subi de diminution. Pour éviter cela, l'augmentation des frais entraînée par la diminution de la vente doit être imputée seulement au produit cartellaire.

Supposons que le prix d'un produit A est déterminé par le cartel. Ce produit est fabriqué dans l'entreprise X par le centre de frais α , qui fabrique aussi le produit

¹ L'Association des propriétaires lithographes suisses prend comme base, pour tous ses calculs, un degré d'occupation de 70 %.

² « Da in der Lithographischen Anstalt die Betriebsabrechnung kurzfristig, meist quartalsweise vorgenommen wird, ergeben sich von Abrechnungsperiode zu Abrechnungsperiode mehr oder weniger grosse Schwankungen in den Zuschlagssätzen, die vor allem durch den in den einzelnen Jahreszeiten verschiedenen Beschäftigungsgrad bedingt sind. Es wäre aus diesem Grunde nicht tunlich, die Kalkulationssätze für die anschliessende Periode unmittelbar aus der letzten Gemeinkostenabrechnung zu übernehmen und sie alle Vierteljahre neu anzupassen. Dies würde viel zuviel Unruhe in die Kalkulation hineinbringen. Die Kalkulationssätze sollen solange unverändert bleiben, als keine grundlegenden Änderungen in der Bereitschaftsstufe, im Beschäftigungsgrad und im Geldwertniveau eintreten. In den Zuschlagssätzen sollen die kurzfristigen Unregelmässigkeiten nicht zur Auswirkung kommen. Der einfachste, in der Praxis am häufigsten begangene Weg zur Festsetzung der Zuschlagssätze besteht darin, die Gemeinkosten der einzelnen Stellen mehrerer aufeinanderfolgender Abrechnungsperioden zu addieren und durch die Leistungen der entsprechenden Zeit zu dividieren. » HOFER, *op. cit.*, p. 76.

³ C'est par exemple le cas pour la Convention de la margarine.

B pour lequel il n'y a pas de prescription de prix. Etant donné que le prix de A est fixé par le cartel à un niveau supérieur au niveau actuel, la vente de ce produit diminuera. La diminution de la production du produit A aura comme conséquence que le taux du centre de frais *a* s'accroît et qu'ainsi le produit A deviendra plus cher. Il ne serait pas correct que, par cette mesure, le prix de revient du produit B se trouvât aussi augmenté. Pour cette raison, l'entreprise considérera la vente du produit B comme inchangée et ce produit devra seulement supporter les frais qui existaient déjà avant l'augmentation du prix du produit A. Les frais non couverts restants doivent être supportés par le produit A.

Exemple

Centre de frais *a*

Coûts		Fr. 100.—
Capacité heures		100
Degré d'occupation		80 %
Taux de l'heure		Fr. 1.25
Produit A 40 heures à Fr. 1.25	=	Fr. 50.—
Produit B 40 heures à Fr. 1.25	=	Fr. 50.—

Nous pouvons déterminer maintenant pour le produit A le taux horaire correspondant aux différents volumes de production.

Produit A : 40 heures	=	Fr. 1.25	=	Fr. 50.—
30 heures	=	» 1.66	=	» 50.—
20 heures	=	» 2.50	=	» 50.—
10 heures	=	» 5.—	=	» 50.—
5 heures	=	» 10.—	=	» 50.—

Le taux horaire pour le produit B ne doit pas dépasser 1 fr. 25, pour autant que la production de ce produit ne diminue pas.

IV. Economies et augmentations de frais consécutives à la cartellisation

1. Généralités

La cartellisation permet d'éliminer certains frais, mais elle fait apparaître certaines dépenses nouvelles.¹ Les économies sont dues, selon Marbach, à l'échange d'expériences et aux mesures de rationalisation que permet la collaboration².

¹ La Convention des fabriques de margarine a fait le calcul suivant dans son exposé au sujet des possibilités de réorganisation :

<i>Economies</i>	<i>Million</i>
De l'organisation des représentants	Fr. 2,4
De remboursements	» 0,6
<i>Frais additionnels</i>	
Cotisation pour la convention	» 0,6
Economie nette	<u>Fr. 2,4</u>

² MARBACH, *op. cit.*, p. 30.

La rationalisation peut se manifester dans tous les secteurs des différentes entreprises ; il s'agit, selon Pfister, des mesures prises en commun pour économiser des frais et augmenter ainsi la marge entre prix de revient et prix de vente, autrement dit le bénéfice ¹. La rationalisation entraîne une réduction des prix de revient et, dans certains cas, des prix de vente ². Elle est conforme à l'intérêt économique général, puisqu'elle s'efforce de réduire les frais tout en maintenant inchangée la prestation de l'entreprise ³.

Lors de la détermination des tarifs, le bureau de calcul devra corriger les frais calculés par les entreprises pour tenir compte et des montants qu'à l'avenir on pourra économiser et de ceux (comme par exemple les frais pour le secrétariat du cartel) qui n'existaient pas auparavant. Dans les pages suivantes, nous esquisserons brièvement les mesures de rationalisation qui sont rendues possibles par la cartellisation. Ce qui nous intéressera surtout, c'est leur influence sur les prix de revient. Toutes les mesures dont nous parlerons plus loin ne sont pas applicables dès le début du cartel. Beaucoup d'entre elles ne pourront être appliquées qu'après un certain laps de temps et n'agiront sur les prix de revient que dans des périodes de production ultérieures. Il en résulte la nécessité, une fois encore, d'examiner périodiquement les prix de revient des entreprises, afin de reconnaître aussitôt que possible d'éventuelles possibilités de baisse des prix.

2. Economies de frais par la rationalisation

a) Achat ⁴

Marbach mentionne à ce sujet « l'achat en commun de matières premières, de matières auxiliaires, de produits semi-ouvrés, de machines, d'installations, dans le but d'obtenir des prix et des conditions plus favorables qu'elles ne le seraient dans le cas de l'achat par une seule entreprise » ⁵.

Le bureau central d'achat peut acquérir une meilleure vue d'ensemble du marché que les acheteurs des différentes entreprises. La situation du cartel peut devenir analogue à celle d'un monopsoniste, de sorte que grâce non seulement aux achats en gros, mais aussi à cette situation puissante, le cartel s'approvisionnera à des prix favorables.

Beaucoup de matières premières demandent une analyse des matériaux détaillée. De telles analyses exigent le plus souvent des installations chères et des essais coûteux. C'est pourquoi les cartels ont avantage à les faire exécuter et à les financer en commun ; des frais considérables peuvent ainsi être économisés ⁶.

¹ Heinz Rudolf PFISTER, *Der Rabatt in der Preispolitik der Kartelle*, thèse. Berne, 1951, p. 27.

² Voir BODIN, *La Formation des Prix* : « Il peut arriver que le prix de monopole tombe au-dessous du prix de concurrence lorsque la concentration permet des réductions de frais généraux et lorsque la baisse des prix étend les débouchés dans une mesure suffisante. La Standard Oil a ramené le prix du gallon de pétrole raffiné, en cents, de 24,24 en 1871 à 6,45 en 1892, année de sa dissolution officielle », p. 183.

³ MARBACH, *Möglichkeiten und Grenzen der Kartelle*. NZZ, décembre 1954 (Spezialausgabe), p. 27.

⁴ Dans l'énumération et la classification de mesures de rationalisation, nous nous basons surtout sur J.-P. HAUS, *Cartels et Rationalisation*, thèse. Neuchâtel, 1944.

⁵ MARBACH, *op. cit.*, p. 30.

⁶ Faust KÖLBENER, *Kartell und Qualität*, thèse. Berne, 1947, p. 51.

Pour autant que l'achat soit centralisé depuis le début, les économies de frais seront prises en considération déjà lors de l'établissement du premier tarif. Les diverses entreprises possèdent cependant encore des stocks de matières premières pour la période comptable suivante. Etant donné que le tarif est valable¹ pour une période déterminée, le plus souvent assez longue, nous comparerons l'importance des vieux stocks aux achats budgétés de matières premières. L'importance des stocks de matières premières sera plus ou moins grande selon l'intervalle de temps pendant lequel le tarif sera valable sans corrections.

b) Fabrication

Des cartels obligatoires peuvent exiger une productivité déterminée de leurs différents membres. Si cette prescription limite n'est pas atteinte, l'entreprise sera fermée. Chaque entrepreneur est contraint, dans ce cas, de rationaliser son entreprise².

De telles mesures obligatoires ne sont que très rarement possibles dans les cartels. Mais le désir de rationaliser la fabrication existe souvent dans les diverses entreprises et se manifeste fréquemment dans une collaboration accrue.

La rationalisation de la production est rendue possible grâce à la standardisation, à la normalisation et à la spécialisation³. Par standardisation, nous entendons la création de types de produits; les cartels s'efforcent d'en diminuer le nombre⁴. On normalise surtout des parties de l'appareil de production. Les pièces de rechange et les produits semi-ouvrés peuvent alors être acquis à des prix plus bas. La spécialisation des diverses entreprises sur un petit nombre de produits peut ouvrir de très grandes possibilités d'économies⁵; c'est pourquoi beaucoup

¹ Il existe des cartels dont le tarif est resté pratiquement le même depuis dix ans, les modifications qu'il a subies étant sans importance.

² Il semble que de telles mesures aient été prises dans l'industrie des cigarettes en Allemagne: « Autrefois, cette industrie comptait environ 130 usines. Neuf grandes entreprises produisaient en moyenne 25 400 pièces par jour et par ouvrier. Les seize usines d'importance moyenne n'en produisaient que 12 400 et la productivité des entreprises les plus modestes variait entre 4000 et 6800 pièces par jour et par ouvrier. Sa moyenne générale était de 22 000 pièces. Ensuite des dispositions prises, toutes les usines ayant une production moyenne inférieure à 14 000 ou 15 000 pièces furent obligées de fermer leurs portes. Les usines continuant à travailler ont été obligées de rationaliser leur production pour arriver à une fabrication moyenne minimum de 17 000 pièces par jour et par ouvrier. » HAUS, *op. cit.*, p. 38.

³ « Vor allem zielt man mit der Rationalisierung auf Uniformierung des Erzeugnisses und der Erzeugungsbedingungen, also auf die Standardisierung hin. Und man strebt danach:

a) durch Vereinfachung der verschiedenen Elemente, die bei der Herstellung nötig sind (z. B. Anwendung auswechselbarer Stücke beim Maschinenbau);

b) durch Herabsetzung der Anzahl der Typen eines bestimmten Erzeugnisses;

c) durch die Spezialisierung oder durch die Beschränkung der Erzeugung eines Betriebes auf eine begrenzte Anzahl von Typen Einsparungen zu erzielen. » Dr. Francesco VITO, *Die industriellen Unternehmerzusammenschlüsse*, traduction du Dr Kurt H. Berger, Graz/Jena, 1941, p. 42 et suivantes.

⁴ « Durch Vereinbarungen der Fabrikanten unter sich sind Sortenbereinigungen schon in ganz früher Zeit zustande gekommen, so in der westfälischen Drahtindustrie, wo die alten Benennungen offenbar auf das 16. oder gar 15. Jahrhundert hindeuten. Von hohem Alter sind auch die sächsischen Weissblechsorten, die hier vielleicht durch obrigkeitlichen Eingriff entstanden. » SCHMALENBACH, *Der freien Wirtschaft zum Gedächtnis*, p. 41.

⁵ Voir aussi VITO, *op. cit.*, p. 42.

de cartels s'efforceront de la réaliser¹. Toutes les mesures dont nous venons de parler ne peuvent entraîner une économie de frais que lorsque les entreprises auront procédé aux modifications correspondantes.

A court terme, les frais ne baisseront guère. Mais, plus tard, la rationalisation de la production peut permettre des corrections de prix ou éviter qu'en cas de hausse générale, les prix du cartel n'augmentent.

Comme exemple, nous citons le mouvement des prix dans la Convention chocolatière :

	1939	1953	1954
Matière première 100 kg.	Fr. 60.—	Fr. 317.85	Fr. 484.87
Prix de vente 100 g.	» —.60	» —.85	» 1.—

Tandis que le prix de la matière première a été de huit fois plus élevé en 1954 qu'en 1939, le prix de vente a doublé à peine entre ces mêmes dates. Cela ne s'explique que par la rationalisation de la production.

La possibilité de centraliser le service technique (par exemple le bureau de construction ou les laboratoires de recherches) est également importante². Le cartel international des lampes incandescentes (Phoebus AG) entretient un laboratoire d'essais propre qui collabore avec les instituts scientifiques. Une des dispositions les plus importantes de ce cartel est un vaste échange d'inventions et d'expériences en vue de l'obtention d'une qualité unique et de haute valeur économique³.

c) Vente

L'économie de frais atteint son maximum lorsque les différentes entreprises délèguent à un bureau central la vente de leurs produits. Cela permet non seulement d'économiser des frais de vente généralement très élevés, mais aussi de diminuer sensiblement les stocks⁴. La vente centralisée n'est cependant appliquée que dans très peu de cartels. Les membres du cartel la considèrent comme une intervention trop énergique dans la conduite de leurs entreprises.

Dans des cartels qui fixent seulement les prix, les frais de vente auront normalement plutôt la tendance d'augmenter ; car la concurrence, ne pouvant plus se manifester à travers les prix, se manifeste dans des efforts accrus pour la vente⁵. La Convention de la margarine compte, par exemple, avec 40 ct. de frais de vente pour une marge de bénéfice brut de 1 fr. 40 et cela seulement parce que les

¹ Dans le cas de l'Associat. Brit. Mach. Tool Makers Ltd., le désir des entreprises de se spécialiser a été une des principales raisons de la cartellisation. « Cette association s'efforce d'améliorer la construction des machines, d'abaisser les prix de revient, de lutter contre la concurrence exagérée et d'augmenter la vente des machines-outils d'origine britannique. Pour y parvenir, on restreint les programmes de fabrication, de sorte qu'une seule usine ne construit plus que très peu de types différents de machines. Elle pouvait ainsi consacrer toute son activité à en perfectionner la construction et à étudier la suppression de tout gaspillage dans la production. » HAUS, *op. cit.*, p. 62 et suivantes.

² HAUS, *op. cit.*, p. 62.

³ HAUS, *op. cit.*, p. 62.

⁴ KÖLBENER, *op. cit.*, p. 83.

⁵ SCHMALENBACH, *Selbstkostenrechnung*, p. 122.

différentes entreprises se disputent entre elles les zones de vente et ne peuvent augmenter leur chiffre d'affaires que par une activité accrue des voyageurs.

Certains économies de frais sont possibles même sans bureau central de vente. La répartition des zones de vente parmi les différentes entreprises contribue à éviter les doubles emplois en ce qui concerne la recherche des clients, soit au moyen de la publicité, soit par des représentants¹. Par une bonne coordination, on peut réaliser une économie des frais de représentants dans la plupart des cartels². Le cartel des fabricants de margarine a calculé qu'en réduisant le nombre des représentants au minimum nécessaire, il serait possible de réduire les frais correspondants de 40 ct. à 9,4 ct. par kg. de margarine. Cela ne causerait aucun préjudice aux différentes entreprises.

Nous tirons du rapport de la Convention de la margarine ce qui suit :

« Auf alle Fälle hat man den Eindruck, dass wir mit unserer Konvention keinesfalls eine Reduktion der Vertreter-Anzahl, sondern eher das Gegenteil erreicht haben. Die Reduktion dieses Vertreterstabes auf ein tragbares Mass erscheint jedem Kaufmann als dringend notwendig. Der Vertreterstab wird aber sicher nur dann reduziert, wenn jede Firma einigermaßen Gewissheit und Gewähr dafür hat, dass sie von Umsatz-Verlusten verschont bleibt. Wenn alle Firmen auf freiwilliger Basis sukzessive ihren Vertreterstab um 50% reduzieren würden, dann hätten wir bereits eine wesentliche Unkosten-Senkung. »

Kölbener cite l'exemple des fabricants de whisky américains qui, après la cartellisation, ont pu congédier la plus grande partie de leurs anciens représentants. Il leur a été ainsi possible d'économiser de grandes dépenses³. Si l'on diminue le nombre de types de produits, on pourra réduire les quantités en stock pour la vente⁴. Là où la vente à l'intérieur du pays n'est pas centralisée, on peut cependant procéder à une organisation centralisée de l'exportation. Ce sont surtout les petites entreprises qui peuvent ainsi économiser des frais d'exportation relativement élevés en raison de leur petit chiffre d'affaires.

Beaucoup de cartels essaient de réglementer l'activité publicitaire de leurs membres. Lorsqu'il s'agit de produits standardisés, la réclame en commun est possible⁵. Là, par contre, où la réclame individuelle n'est pas abandonnée, le cartel

¹ Dans cet ordre d'idées, nous pouvons rappeler ici le cartel de la bière dont l'organisation, sous ce rapport, est la plus perfectionnée.

² « De nombreux auteurs considèrent la rationalisation du service des représentants comme un des avantages de l'organisation en cartels. Ainsi BENNI, LEMMERS, MARLIO et MEYER (Etude, Genève, 1930) estiment que la formation du cartel européen de l'aluminium a permis de réduire le nombre des représentants et intermédiaires et, par conséquent, l'importance des dépenses accessoires. » HAUS, *op. cit.*, p. 88.

³ KÖLBENER, *op. cit.*, p. 83.

⁴ Voir HAUS, *op. cit.*, p. 92 : « Dans une des usines membres du cartel, l'importance moyenne des capitaux investis dans le stock a pu être ramenée, en peu de temps, de 10 000 000 de francs belges à environ 8 000 000 de francs belges, soit une diminution de 20 %.

⁵ KÖLBENER mentionne à ce sujet : « Die Kartelle können auch die Propaganda rationalisieren, indem sie die Werbung gemeinsam organisieren. Neben der gemeinsamen Anzeigenwerbung ist vor allem auch die kollektive Herausgabe von Katalogen und die gemeinsame Beschickung von Messen und Ausstellungen sowohl im Inland wie auch im Ausland möglich. In der Schweiz kennen wir die Kollektiv-Reklame für den Käse, für das Aluminium, das Brauerkartell, das Zementkartell, die Teigwarenindustrie usw. Viele Kartelle führen sogenannte Qualitätsmarken ein, wie wir sie beim Aluminium und bei der Floralp-Butter angetroffen haben. »

fixe très souvent, pour les dépenses publicitaires, des plafonds qui ne doivent en aucun cas être dépassés. Pour le prix de revient, on prend dans ce cas en considération le taux fixé par le cartel. La Convention chocolatière, par exemple, réglemente les frais publicitaires : elle accorde aux petites firmes un taux plus élevé qu'aux grandes entreprises.

d) Administration

Lorsque nous parlons de rationalisation, nous pensons surtout aussi à une plus grande centralisation de l'administration et des comptabilités industrielle et commerciale¹. Le cartel est en mesure d'utiliser des méthodes de travail plus rationnelles. Des machines de bureau économisant du travail pourront plus facilement être acquises si elles peuvent être utilisées en commun.

e) Frais de transport

Une répartition judicieuse des zones de vente permet aussi de diminuer considérablement les frais de transport.

Les entreprises cartellaires s'efforceront surtout de livrer aux clients qui habitent à proximité². Le tarif de l'Union suisse des fabriques de cartonnages prescrit que les prix s'entendent franco domicile, pour autant que le client habite dans un rayon de 50 km. Les frais de transport au-delà de cette limite sont mis à la charge du client. De cette manière, les fabriques s'efforcent de chercher leurs clients dans le voisinage, avantageux du point de vue des transports. Cela se justifie aussi au point de vue économique.

3. Frais nouveaux

- a) Les frais d'administration du bureau central (secrétariat du cartel) devront être supportés par les différents membres du cartel. Ils peuvent être répartis parmi les membres selon leur production. Certains cartels perçoivent de leurs membres une cotisation fixe, déterminée par la grandeur des entreprises ; enfin, le nombre des ouvriers peut aussi être déterminant pour la répartition de ces frais.
- b) Les cartels qui créent un « fonds de lutte » demandent à leurs membres une cotisation qui représente un pourcentage déterminé de leur chiffre d'affaires³.
- c) Si des entreprises sont fermées par le cartel, les frais qui en résultent doivent être pris en considération⁴. D'autre part, la fermeture de certaines entreprises

¹ PFISTER, *op. cit.*, p. 8.

² Dans le cartel du ciment, la fabrique la plus proche est toujours désignée pour les livraisons aussi longtemps qu'elle n'a pas dépassé le contingent. Les frais de transport, qui représentent 12 % des frais globaux, peuvent ainsi être réduits.

³ KÜNG cite le cas d'un cartel régional où la cotisation pour le « fonds de lutte » s'est élevée à 7 % du chiffre d'affaires. (Article *NZZ*, décembre 1954.)

⁴ Nous citons ici un passage du tirage à part de *Solidarität* (Organ des Verbandes der Handels-, Transport- und Lebensmittelarbeiter der Schweiz), de M. MARRBACH : « Das Werk in Hausen wird besiegt. Die Wicking-Gruppe kommt zum Erliegen. Das Werk - es wurde übrigens verfehlt angelegt - kostet etwa 12 000 000. — Franken. Die EG-Portland kauft Hausen auf für

peut aussi entraîner des économies résultant du degré d'occupation plus favorable des entreprises restantes¹. La question se pose de savoir dans quel intervalle de temps les entreprises achetées et fermées doivent être amorties. Certains cartels ont créé des réserves destinées précisément à ce but ; l'entreprise sera payée par cette réserve ou, s'il existe un « fonds de lutte »², par celui-ci. Là où il n'existe ni l'une ni l'autre, les frais devront être répartis parmi les différentes entreprises au prorata du profit qu'elles tirent de la fermeture de l'entreprise (le plus souvent, la répartition se fait selon la grandeur des entreprises).

V. Calcul du prix de revient de base

1. Généralités

Le bureau de calcul détermine, à partir des taux de frais calculés par les entreprises, les prix de revient valables pour le tarif du cartel. Nous donnons à ces taux de frais uniformes le nom de « prix de revient de base » ; il s'y ajoute ensuite un profit qui varie selon la situation du marché. En général, le prix de revient de base est déterminé approximativement. C'est seulement dans deux cas qu'il peut être déterminé avec exactitude :

Le premier cas est celui des cartels de contingentement qui reprennent la production de leurs membres à un certain prix et qui l'écoulent ensuite eux-mêmes. Le taux d'occupation des entreprises peut être déterminé à l'avance et leurs frais ne subiront ni diminution ni augmentation à la suite de fluctuations de l'occupation. Seuls les frais de fabrication (matières auxiliaires, salaires) ou le coût des matières peuvent varier.

Le deuxième cas est celui des cartels qui créent un *pool* qui reprend des entreprises la production invendue. Dans ce cas également, les entreprises peuvent compter sur un degré d'occupation qui peut être fixé à l'avance.

Dans tous les autres cartels, qui forment d'ailleurs la majorité, le prix de revient de base – comme c'est le cas de tout calcul avant fabrication – n'aura qu'une valeur indicative limitée. Dans la mesure du possible, les frais des entreprises sont adaptés à leur situation future. Avant tout, le taux d'occupation est choisi de telle manière qu'on ne tombe pas au-dessous, même en cas de diminution sensible de la vente.

Le problème se pose maintenant de savoir comment calculer le prix de revient de base. Vito écrit : « Die Verschiedenheit im Aufbau der einzelnen Unternehmen, die ungleiche Tüchtigkeit ihrer Führer und die unterschiedlichen Bedingungen,

mehrere Millionen Franken. Das Werk wird stillgelegt. Jeder Sack Zement ist jetzt belastet mit einer Amortisationsquote für das stillgelegte, teuerste Werk der schweizerischen Zementindustrie. »

¹ Nous ne trouverons certainement pas beaucoup d'exemples où des cartels ont fermé des entreprises peu rationnelles. Le « Verband Schweizerischer Textilveredelungs-Industrien » a fermé, depuis sa création, deux entreprises ; il s'agit de petites entreprises dont les propriétaires voulaient abandonner l'exploitation en raison de leur âge.

² Cartel du ciment.

unter denen sie arbeiten, sind die Ursache dafür, dass die Kostenkurven der Unternehmen im Wettbewerb voneinander abweichen¹. » Les différences entre les prix de revient peuvent être très grandes². C'est pourquoi il n'est pas indifférent de savoir quelles sont les entreprises déterminantes pour la fixation du prix de revient de base.

Il sera certainement très difficile d'introduire des prix uniformes dans des cartels dont les entreprises travaillent avec des prix de revient différents. Selon Trömel, des différences pas trop grandes dans les coûts de production sont une des conditions les plus importantes pour la réalisation d'ententes portant sur les prix³.

2. *Entreprise marginale ou entreprise moyenne*

a) *L'entreprise la moins favorisée*

On reproche souvent aux cartels de calculer leurs prix selon l'entreprise produisant dans les conditions les moins favorables⁴. Il est vrai qu'il existe la tendance, surtout lors de la création d'un cartel, de rendre l'existence possible à l'entreprise la moins rentable, à celle qui serait probablement éliminée en cas de continuation de la libre concurrence⁵.

Il y a cependant des cas où le calcul selon l'entreprise la moins rentable se justifie ; c'est ainsi lorsque cette entreprise est nécessaire pour couvrir la demande sinon dans l'immédiat, du moins dans un délai plus ou moins rapproché. Les entreprises marginales sont nécessaires aussi pour assurer la capacité de production voulue d'une branche économique⁶.

¹ Francesco VIRO, *op. cit.*, p. 103.

² Nous reprenons ce que M. EPSTEIN nous dit dans sa thèse à ce sujet : « Le prix de revient de l'étain variait énormément selon les pays de provenance et, même à l'intérieur du même pays, selon l'entreprise de provenance. Les producteurs les moins favorisés travaillaient environ quatre fois plus cher que les producteurs les plus favorisés.

» Coût de la production de quelques entreprises malaises (en livres sterling par tonne de métal), 1932 :

» Changkat Tin Dreg. Ltd.	71
» Rawang Concessions	99
» Rawang Tin Fields Ltd.	125. »

Mieczyslaw EPSTEIN, *La Réglementation internationale d'un Marché de Matière première*, thèse. Fribourg, 1943, p. 32.

³ W. TRÖMEL, *Kartell und Preisbildung in der deutschen Geschirr- und Luxusporzellanindustrie*, thèse. Jena, 1926, p. 32.

⁴ Voir KÜNG, *Der ökonomische Aspekt des Kartellwesens*. NZZ, décembre 1954.

⁵ Voir TSCHERSCHKY : « Un premier facteur défavorable réside dans la technique de la fixation des prix de vente. Pour assurer l'existence aux entreprises les plus faibles du cartel, on fixe souvent, du moins au début de l'entente, des prix de vente qui tiennent compte des prix de revient de l'entreprise la moins bien outillée. » TSCHERSCHKY, *Kartellpolitik*. Berlin, 1930, p. 20-23, cité chez HAUS, *op. cit.*, p. 28.

⁶ M. EPSTEIN propose le moyen suivant pour calculer la capacité qui doit être maintenue par le cartel : « Si l'on veut éviter les difficultés et les frictions sur le marché, il faut maintenir la capacité de production légèrement au-dessus du niveau de la production désirée, car l'appareil productif ne peut pas travailler longtemps à 100 % de ses possibilités. La différence est de quelques pour-cent, son niveau absolu dépendant des facteurs tels que les conditions techniques de la production, le degré de modernisation des entreprises, etc. Ces deux éléments : la tendance de longue durée et la marge à maintenir entre la capacité de production et la production effective forment ensemble une correction qui, ajoutée au chiffre du dernier maximum de la consommation, donnera ce qu'on peut considérer comme une « capacité optimale » pour le marché donné ; cette

Dans beaucoup de cas cependant, des entreprises marginales peu rentables seraient, à juste titre, fermées tôt ou tard et remplacées par des entreprises plus efficaces et plus rationnelles. Les cartels qui calculent selon les entreprises les moins favorisées entravent cette évolution ou la rendent même impossible. C'est pourquoi l'on ne saurait généralement justifier, du point de vue économique, le calcul des prix sur la base de l'entreprise marginale. En outre, des prix qui couvrent même les coûts de production des entreprises les moins favorisées sont souvent si élevés qu'ils entraînent une diminution de la demande, à laquelle des entreprises travaillant avec d'importants frais fixes sont très sensibles. Des conditions spéciales doivent être faites, dans certains cas, à de telles entreprises. Trömel mentionne, par exemple, que de tels privilèges accordés aux entreprises travaillant d'une manière plus rationnelle n'étaient pas rares dans les premiers temps du « Porzellangeschirrverband »¹.

b) *L'entreprise la plus favorisée*

Nous ne trouverons que de très rares cas où l'on calcule selon l'entreprise la plus favorisée. Lohmann cite l'exemple du « Oberbauschraubenverband » où, avec l'accord des Chemins de fer du Reich, l'on prenait en considération les prix de revient des entreprises offrant aux conditions les plus favorables ; les arrangements entre l'industrie du basalte et le Reich étaient analogues². La capacité des industries les plus favorisées est limitée. Une série d'entreprises produisant dans des conditions plus mauvaises sont nécessaires pour satisfaire la demande. En cas de libre concurrence, les coûts de production des entreprises encore nécessaires pour couvrir les besoins seraient déterminants. Pour cette raison, le cartel ne pourra pas non plus prendre comme base le prix de revient de l'entreprise la plus favorisée.

c) *Prix de revient moyen*

Puisque nous devons généralement rejeter le calcul selon les deux possibilités que nous venons de mentionner, il ne reste comme solution que le choix d'un prix de revient moyen. Notre enquête auprès de différents cartels a montré que c'est cette dernière méthode qui prédomine dans le calcul du prix de revient de base. On part de l'idée que les entreprises peu favorisées devraient rationaliser leur production et qu'elles sont libres, au surplus, de demander des prix plus élevés. En effet, les prix du tarif doivent être considérés comme des prix minima.

Moyenne arithmétique. Les prix de revient calculés par les entreprises sont additionnés et ensuite divisés par le nombre des entreprises. Mais en utilisant cette méthode, la petite entreprise, peu importante, aura le même poids que la grosse entreprise produisant beaucoup plus.

capacité correspond donc à la capacité nécessaire pour pouvoir couvrir les besoins de la consommation, tels qu'on peut les prévoir pour le prochain sommet de la conjoncture. » EPSTEIN, *op. cit.*, p. 142.

¹ TRÖMEL, *op. cit.*, p. 78.

² MARTIN LOHMANN, *Das Rechnungswesen der Kartell- und Gruppen-Wirtschaft*. Berlin, Verl. Jul. Springer, 1948, p. 80.

Moyenne pondérée. La méthode correcte, du point de vue théorique, est celle qui choisit une moyenne pondérée comme prix de revient de base. Le prix de revient calculé par chaque entreprise est multiplié par la quantité produite par la même entreprise. La somme des produits ainsi obtenus est divisée par la production totale et nous obtenons le prix de revient de l'unité (moyenne pondérée). Si, dans la pratique, cette méthode n'est guère employée, on s'efforce cependant de s'approcher de ses résultats.

Ainsi, la Convention chocolatière tient compte de la grandeur des entreprises en multipliant chaque prix de revient par un facteur qui correspond à l'importance de l'entreprise. Ce facteur correspond au nombre de voix que l'entreprise détient dans l'assemblée générale¹. Dans des cartels groupant peu d'entreprises, on prend souvent en considération toutes les entreprises lors du calcul du prix de revient moyen. Dès qu'un cartel groupe un nombre plus élevé de membres, on ne peut plus tenir compte que d'un nombre restreint d'entreprises. Il est à craindre alors que l'on choisisse seulement des entreprises bien organisées, celles dont la comptabilité industrielle permet la détermination exacte des prix de revient².

Si le calcul est fait sur la base des données de certaines entreprises seulement, le choix doit être fait de telle manière qu'il soit représentatif de la totalité des entreprises³. On aura intérêt à procéder à une subdivision des entreprises en classes. Le chiffre d'affaires de la classe détermine alors le nombre d'entreprises de celle-ci qui doit être pris en considération.

Une troisième façon de tenir compte de l'importance des entreprises lors de la fixation des prix est illustrée par l'exemple du «Schweiz. Textil-Veredelungs-Verband». Lors de la fixation du prix d'un article, et par conséquent aussi lors de la fixation de son prix de revient de base, seules les entreprises qui peuvent prouver un chiffre d'affaires déterminé pour cet article sont prises en considération⁴.

3. Le calcul du prix de revient de base proprement dit

a) Calcul direct des prix de revient

Dans ce cas, on détermine le prix de revient de base valable pour le cartel à partir des prix de revient des différentes entreprises, selon les méthodes citées plus haut sous c.

¹ Dans l'assemblée générale, chaque membre a droit à une voix par tranche de 250 000 fr. ou fraction de telle tranche de son chiffre d'affaires de l'année précédente indiqué à la convention comme base pour le calcul de la cotisation. » Statuts, article 10.

² TRÖMEL fait remarquer que dans le «Tonwarenkartell» ce sont principalement les entreprises bien organisées, celles qui disposent d'une statistique d'entreprise, qui sont prises en considération.

³ Voir SCHOTT, *op. cit.*, p. 136: «Will man aber nicht die Gesamtheit der Betriebe eines Wirtschaftszweiges in den Vergleich einbeziehen, dann kommt es darauf an, nicht wahllos eine Anzahl von Betrieben herauszugreifen, sondern repräsentative Betriebe zu bestimmen, die charakterisierend für bestimmte Typen, Grössen usw. sind.»

⁴ Le VSTV contient dans ses statuts les dispositions suivantes: «Jede Tarifgruppe umschliesst diejenigen Mitglieder, welche bis anhin dieser Gruppe bzw. diesem Verband angehörten. Ausrüstfirmen, welche einer Tarifgruppe noch nicht angehören, im letzten Jahre vor ihrer Anmeldung aber einen Umsatz in den Artikeln dieser Tarifgruppe von mindestens Fr. 100 000.— erzielten, haben das Recht, dieser Tarifgruppe als Mitglied beizutreten.» (Article 14.)

b) Calcul des taux de frais

Les cartels dont les membres fabriquent un très grand nombre de produits, ne font pas déterminer par les entreprises le prix de revient pour chacun de ces produits, mais calculent le prix de revient sur la base de taux de frais communs. Ces taux sont obtenus de la même manière que le prix de revient de base. A la place des prix de revient des entreprises, nous comparons alors leurs taux des frais.

Exemple Centre des frais « A »

	Entreprises				Moyenne
	A	B	C	D	
Coûts	Fr. 1000.—	2000.—	3000.—	4000.—	
Degré d'occupation	100 %	110 %	90 %	80 %	
Heures	500	1200	2400	2500	1650
Coûts par heure	Fr. 2.—	1.66	1.25	1.60	1.51

Pour autant que les entreprises prennent comme base une occupation minimum de 75 %, il en résulte le tableau suivant (dans l'hypothèse que les entreprises travaillent seulement avec des frais fixes).

	Entreprises				Moyenne
	A	B	C	D	
Frais	Fr. 1000.—	2000.—	3000.—	4000.—	
Occupation	75 %	75 %	75 %	75 %	
Heures	375	818	2260	2350	1451
Taux horaire	Fr. 2.65	2.49	1.50	1.69	1.89

Par cette méthode, on est assuré que même en cas de degré d'occupation quelque peu plus défavorable tous les frais seront couverts. Si l'on veut calculer le prix de revient d'un produit déterminé, on doit commencer par examiner quels sont les centres de frais nécessaires à sa fabrication. Ensuite, il s'agit de savoir pour combien de temps le produit en question occupe les différents centres. Ces recherches sont faites de préférence par le cartel lui-même ou alors par des entreprises dont on est assuré que le calcul est juste. L'Union suisse des fabriques de cartonnages charge les membres de la Commission tarifaire de faire ce calcul. Lorsque plusieurs entreprises sont prises en considération, c'est la moyenne, après élimination des deux temps extrêmes, qui sera déterminante ¹.

Le temps calculé pour les différents centres de frais est multiplié par le taux de frais correspondant. L'addition des différents chiffres, ajoutée au coût de la matière particulière, donne le prix de revient valable pour le tarif.

¹ C'est, par exemple, le cas pour l'Union suisse des fabriques de cartonnages.

Facteurs externes au cartel qui sont pris en considération lors de la fixation des tarifs

I. Introduction

Nous avons déjà fait remarquer précédemment que lors du calcul du prix de revient de base, une seule des parties contractantes du marché, l'offre, est prise en considération. Toutefois, avant que l'on puisse fixer définitivement le prix de vente, il faut connaître également la situation du côté de la demande. Dans le monopole collectif théorique, il est indispensable – si l'on veut connaître le point de monopole de Cournot – de déterminer non seulement la courbe du coût marginal, mais aussi celle de la recette marginale (calculée à partir de la courbe de la demande).

Dans la pratique, le calcul de la courbe de la demande rencontre très souvent des obstacles presque insurmontables. Pour cette raison, la plupart des cartels renoncent à calculer exactement cette composante du prix, ce qui ne signifie nullement qu'elle n'est pas du tout prise en considération. Nous avons rencontré beaucoup de cartels dans lesquels les prix ne sont pas fixés à partir des coûts des entreprises, mais nous n'en avons rencontré aucun qui ait ignoré la situation générale du marché et surtout la demande.

Nous nous efforcerons d'esquisser, dans cette troisième partie, comment les cartels tiennent compte du marché lors de la fixation des prix. Nous partons de l'hypothèse que le cartel tend à déterminer la courbe de la recette marginale et nous examinons tous les facteurs qui sont nécessaires à la connaissance de cette courbe. Ce n'est que très rarement qu'un cartel réussit à obtenir toutes les données. Cependant il est toujours possible de connaître certains facteurs et leur connaissance peut déjà suffire pour éviter un prix qui n'est pas conforme à la situation du marché.

II. La demande

1. L'élasticité

a) La notion d'élasticité

Dans des conditions normales, la quantité demandée diminue lorsque le prix augmente et inversement. Cette dépendance de la quantité demandée des variations du prix porte le nom d'élasticité de la demande¹. Pour déterminer cette

¹ « L'élasticité de la demande : c'est la mesure dans laquelle une réduction de prix développe l'utilisation d'un bien. » SAMUELSON, *op. cit.*, p. 388.

élasticité, nous divisons la variation des quantités, en pour-cent, par la variation des prix, toujours en pour-cent. Marshall donne les précisions suivantes : « Die Elastizität der Nachfrage ist = 1, wenn ein Preisfall von 1 % eine Vermehrung der nachgefragten Menge um 1 % zur Folge hat ; sie ist = 2, wenn ein Preisfall von 1 % die nachgefragte Menge um 2 % erhöht, wir sprechen von elastischer Nachfrage ; und sie ist = $\frac{1}{2}$, wenn ein Preisfall von 1 % eine Zunahme der nachgefragten Menge um $\frac{1}{2}$ % bewirkt, wir sprechen von einer unelastischen Nachfrage¹. »

Lorsque la demande est inélastique, une augmentation des prix entraîne une augmentation de la recette totale.

<i>Exemple</i>	Prix	Fr. 2.—	vente	100 pièces	recettes	Fr. 200.—
	»	3.—		80			» 240.—

Si l'élasticité est égale à 1, la recette totale reste inchangée en cas d'augmentation ou de diminution des quantités écoulées.

Si la demande est élastique, une baisse des prix a comme conséquence une augmentation plus que proportionnelle des quantités demandées.

<i>Exemple</i>	Prix	Fr. 2.—	vente	100 pièces	recettes	Fr. 200.—
	»	1.50		400			» 600.—

Nous avons déjà examiné dans la première partie comment le cartel peut choisir, une fois connue la courbe de la demande, la combinaison prix/quantité la plus favorable. Dans ce chapitre, nous voulons étudier seulement les possibilités qui existent pour les cartels de déterminer l'élasticité.

b) L'importance de l'élasticité de la demande

Quelle que soit sa situation sur le marché, un cartel tiendra toujours compte, consciemment ou inconsciemment, de l'élasticité de la demande. Neukomm écrit : « Der Elastizität der Nachfrage kommt im Zusammenhang mit den Problemen der Fixierung und des Festhaltens von Preisen grösste Bedeutung zu. Ob es möglich und zweckmässig ist, durch eine Erhöhung des Preises eines Guts den Verbrauch von diesem Gut zu verringern, ist eine Frage, die von der Elastizität der Nachfrage nach diesem Gut abhängt². »

Des branches qui se trouvent en face d'une demande très élastique ne pourront pas, par la cartellisation, réaliser une augmentation importante des prix. C'est pourquoi ce sont plutôt les entreprises des branches à demande inélastique qui se coalisent³ et qui sont alors à même de tirer profit de leur situation monopolistique⁴.

¹ A. MARSHALL, *Principles of Economics*, 1898. Cité chez Gustav NEUKOMM, *Die Elastizität der Nachfrage*, thèse. Berne, 1943, p. 94.

² NEUKOMM, *Elastizität*, p. 15.

³ Le cartel du ciment peut être cité ici comme exemple classique. Du rapport de la EG Portland, il résulte que les frais de ciment ne représentent que 2 % des frais de construction globaux pour les constructions de logement et entre 2 % et 10 % pour les constructions industrielles. La demande est donc très inélastique.

⁴ Voir KÜNG (*NZZ*, édition spéciale, p. 17) : « Darüber hinaus wird auch darauf verwiesen, dass sich alle jene Branchen eines unverdienten Vorrechts und einer Ausbeutungsgellegenheit erfreuten, bei denen zufälligerweise die Voraussetzungen für eine Kartellbildung und dazu eine unelastische Nachfrage vorhanden sind. »

c) La détermination de l'élasticité

La détermination de l'élasticité de la demande rencontre beaucoup de difficultés et c'est pourquoi les cartels se contentent d'évaluations approximatives. Il est possible, cependant, de déterminer l'élasticité de la demande avec une exactitude satisfaisante.

D'abord nous devons nous rendre compte des facteurs qui déterminent l'élasticité, facteurs dont la connaissance est nécessaire au calcul. D'après Neukomm ¹, on peut distinguer les facteurs de détermination suivants :

- a) facteurs de détermination directs :
 - utilité marginale du bien,
 - utilité marginale de la monnaie,
 - élasticité des besoins ;
- b) facteurs de détermination indirects :
 - la possibilité de substitution du bien en question,
 - la part des frais du bien en question par rapport aux frais globaux des autres biens à la fabrication desquels il sert,
 - la possibilité de substitution des autres produits pour la fabrication desquels on utilise le produit en question,
 - l'élasticité de la demande de biens complémentaires du bien en question.

Une analyse approfondie du marché permet de tirer des conclusions quant à la structure et à l'élasticité de la demande et à ses réactions probables aux divers prix de l'offre ².

Neukomm nous dit que malgré les réserves de beaucoup d'économistes, il est devenu d'un usage courant, surtout aux Etats-Unis, de déterminer des courbes de demande concrètes en partant de données statistiques et de calculer ensuite l'élasticité concrète de la demande ³. Le calcul empirique de l'élasticité, basé sur des données statistiques, représente le premier pas vers notre but qui est de déterminer la courbe de la demande future des produits de notre cartel. Nous empruntons à Möller ce qui suit : ⁴ « Es ist möglich, die Nachfragekurve für ein bestimmtes Produkt nicht nur in einem bestimmten Zeitraum, sondern für mehrere Zeiträume, z.B. mehrere Jahre, statistisch abzuleiten. Es können dann für einen bestimmten Preis oder eine bestimmte Absatzmenge die Elastizitäten der Nachfragekurve für jedes Jahr miteinander verglichen werden. Durch die Bestimmung der Entwicklungsrichtung von Nachfrageverschiebung und Nachfrageelastizität ist es mit Hilfe der statistischen Schätzungsmethode möglich, die zukünftige Nachfragekurve im voraus zu rechnen. » En étudiant, sur la base des données du passé, les modifications possibles de chacun des différents facteurs influençant

¹ NEUKOMM, *op. cit.*, p. 132.

² SCHÄFER, *Grundlagen der Marktforschung*. Nuremberg, 1940. Cité chez GÄCHTER, *Standardkostenrechnung*, p. 95.

³ NEUKOMM, *op. cit.*, p. 132.

⁴ MÖLLER, *op. cit.*, p. 41.

l'élasticité, nous pouvons déterminer les variations probables de celle-ci à l'avenir¹. De cette manière, nous obtenons le degré d'élasticité de la demande que le cartel doit prendre comme donnée de base lors de la fixation des prix.

Signalons à ce sujet la méthode décrite par Neukomm : « Le calcul de courbes de la demande à partir des données des budgets familiaux. » Cette méthode est fondée sur les relations qui existent entre quantités achetées, prix et revenus. Une réduction de prix ou une augmentation de revenu devraient avoir les mêmes répercussions sur la quantité achetée d'un bien. Pour beaucoup de produits, on peut déterminer l'élasticité de cette manière².

Malgré la grande importance que revêt l'élasticité lors de la fixation des prix, nous n'avons rencontré aucun cartel qui l'ait calculée avec la précision dont nous venons de parler. On se base généralement sur les expériences du passé. Dans le cartel de la bière, par exemple, on est arrivé, en se fondant sur des bases empiriques, aux conclusions suivantes :

« Das erste Ziel, als direkter Beitrag zur Verbesserung der wirtschaftlichen Lage der Brauereien war die Erhöhung des Bierabsatzes. Einen Weg, um dies zu erreichen, sahen die Brauer in der direkten Reduktion der Bierpreise, in der Hoffnung einer überproportional steigenden Nachfrage. Man erwartet also, dass die Nachfrage elastisch wäre, weil sich während des ersten Weltkrieges bei den direkten und indirekten Preiserhöhungen die Nachfrage prozentual stärker vermindert hatte als die relative Veränderung des Bierpreises³. »

Beaucoup de cartels supposent, à juste titre, que la demande est élastique. Leurs prix ne dépassent donc pas, en règle générale, le prix de revient plus un profit modéré, car une hausse des prix entraînerait une diminution plus que proportionnelle des ventes. Dans beaucoup de cas, cependant, la Commission tarifaire ne s'aperçoit de l'élasticité de la demande qu'après une augmentation des prix. Elle est alors obligée, plus tard, de diminuer ses prix, comme cela a été le cas, par exemple, pour la Convention chocolatière qui a réduit ses prix depuis le 1^{er} avril 1955. Les prix des matières premières ayant plutôt augmenté avant cette date, la seule cause de la réduction des prix a été la baisse de la demande.

¹ MÖLLER, *op. cit.*, p. 133 et suivantes : « Die Kenntnis der Preisabsatzmengenkombination aus der Vergangenheit kann zwar in vielen Fällen die Schätzung der Absatzmöglichkeiten in der Zukunft erleichtern ; Vergangenheitswerte allein reichen jedoch niemals aus, um dem Betrieb eine für die Gestaltung der Absatzpolitik genügende Kenntnis seiner Absatzlage zu verschaffen. »

« Je nachdem, ob in dem Zeitraum, in dem die Zahlen für die durchschnittliche Nachfragekurve ermittelt werden, geringe oder starke wöchentliche, monatliche, saisonale, konjunkturelle oder strukturbedingte Schwankungen der Nachfrage auftreten, wird die gewonnene Nachfragekurve mehr oder weniger für die Zukunft brauchbar sein. »

² Voir NEUKOMM, *op. cit.*, p. 145 : « Wir haben die Möglichkeit, aus den Daten der Familienbudgets über gekaufte Mengen und Einkommen bzw. aus der Haushaltungskurve eindeutig die Nachfragekurve bzw. die auf dem Markt in Erscheinung tretenden Daten über gekaufte (nachgefragte) Mengen und bezahlte Preise zu ermitteln. Und aus der so abgeleiteten Nachfragekurve können wir die konkrete Elastizität der Nachfrage errechnen. Die Beziehung zwischen Einkommen und (gekauften) Warenmengen können wir zur Ermittlung von Beziehungen zwischen Preisen und (gekauften) Warenmengen verwerten. »

³ Silvio BIANCHI, *Standort und Marktform der Schweizerischen Brauindustrie*, thèse. Bâle, 1949, p. 66.

Prix d'achat moyen de 100 kg. de cacao

1954
Fr. 484.87

1955 (janvier et février)
Fr. 505.651

Notons que les fabricants ont acheté aux mois de janvier et de février environ la moitié des quantités dont ils ont besoin pendant l'année.

Le prix de vente pour 100 g. de chocolat en tablettes était de 1 fr. et 1 fr. 10, respectivement, depuis le 1^{er} juillet 1954. Malgré la hausse des prix des matières premières, le prix, depuis le 1^{er} avril 1955, sera de 90 ct. et 1 fr., respectivement.

Il existe certains cas où les cartels se trouvent en face d'une demande très inélastique¹. Des besoins latents n'existent pas et, inversement, une augmentation des prix ne risque pas de faire baisser la demande. Un tel cartel peut compter sur une assez grande stabilité des quantités vendues, quel que soit le prix.

2. La substitution

L'économie d'aujourd'hui produit une telle variété de biens, que presque tous les produits peuvent être remplacés par des produits similaires : nous parlons de la possibilité de substitution que nous avons déjà rencontrée en tant que facteur influençant l'élasticité de la demande.

L'action corrective que les cartels peuvent exercer sur le marché est limitée toujours plus par les progrès de la technique de production, qui rend l'offre de marchandises toujours plus abondante et qui accroît ainsi la concurrence de substitution. Les biens à demande fortement inélastique deviennent toujours plus rares². Un cartel devra donc prendre en considération les prix des biens de substitution lors de l'établissement du tarif. Une étude approfondie, tant des biens de substitution déjà existants que des possibilités de substitution futures, est absolument nécessaire³.

Quelle est l'action de la substitution sur la courbe de la demande? Sa détermination exacte est possible théoriquement, mais à peine réalisable dans la pratique. On doit trop faire appel à des hypothèses seulement⁴.

Lors de la fixation des tarifs, le problème de la substitution doit être soumis à un examen approfondi, surtout lorsqu'il existe déjà certains biens de substitution. Le cartel de la bière, par exemple, tiendra compte des prix de l'eau minérale, du vin et des jus de fruits ; pour le cartel de la tuile, ce seront les prix du turisol qui revêtiront une grande importance. Il existe toutefois aussi des produits de substitution qui ne concurrencent pas d'une manière aussi manifeste le produit

¹ Il s'agit alors le plus souvent de coalitions rigoureusement organisées, étant donné que les entreprises cartellisées peuvent s'assurer de très grands avantages.

² MARBACH, article *NZZ*, *op. cit.*, p. 28.

³ Nous citons KÜNG : « . . . Desgleichen muss sie (die Preispolitik) darauf bedacht sein, dass selbst bei gegebenem Stand der Technik die Substitutionsgüter den eigenen Absatz nicht gefährden. » *NZZ*, décembre 1954, *op. cit.*, p. 11.

⁴ D'après BIANCHI, dans le cartel de la bière, l'action de la substitution est calculée seulement par estimation.

du cartel ; ils influenceront la formation des tarifs par l'intermédiaire de l'élasticité de la demande.

Le danger de substitution peut cependant apparaître même parmi les entreprises du cartel elles-mêmes. Par la vente de produits de substitution qui ne sont pas réglementés par le cartel, les entreprises essaient d'augmenter leur chiffre d'affaires ; cela contribue à diminuer la vente du produit soumis à la Convention des prix. Un exposé de l'Association des producteurs de margarine dit à ce sujet : « Unsere Verbandsmitglieder torpedieren den Margarine-Umsatz durch vermehrten Einsatz anderer Fette und suchen damit offenbar die Möglichkeit, an der Überlieferungsgebühr vorbeizukommen. »

La modification du prix d'un bien de substitution peut avoir comme conséquence le déplacement de la courbe de la demande. Aussi longtemps qu'une telle modification de la demande n'est pas trop prononcée, on peut y remédier par une réduction des prix. Si, par contre, les habitudes de consommation ont subi un changement, même une réduction massive des prix ne peut plus provoquer une augmentation sensible du chiffre d'affaires. Les entreprises du cartel devront s'adapter à la situation changée de la demande.

3. *La conjoncture*

Les prix augmentent généralement dans les périodes de prospérité et diminuent dans celles de dépression ; nous parlons de l'influence de la conjoncture sur les prix. Cette action vient principalement du côté de la demande. Des modifications des prix de revient, à la suite des fluctuations de la conjoncture, n'ont qu'une importance secondaire, car en période de dépression les prix diminuent plus fortement que ne le justifieraient les économies dans les coûts de production.

La conjoncture agit aussi bien sur les prix de concurrence que sur les prix de cartel, bien que l'on pense généralement que ces derniers sont moins sensibles aux fluctuations de la conjoncture. Il est vrai que les recherches faites dans ce domaine confirment que les prix de cartel ne varient pas autant que les prix de concurrence. Laurence Ballande nous donne dans un tableau les pourcentages des fluctuations annuelles des prix des métaux non ferreux, cartellisés et non cartellisés :

<i>Années</i>	<i>Cu</i>	<i>Zn</i>	<i>Pb</i>	<i>Sn</i>	<i>Al</i>	6	7	8
1932	63	43	78	43	5	30	71	43/100
1933	39	32	34	62	0	31	37	84/100
1934	42	40	27	12	0	17	35	49/100
1935	40	58	98	22	0	31	78	40/100
1936	43	47	96	36	0	26	72	36/100
1937	115	152	134	72	0	36	134	27/100

Pour chaque métal, la donnée est indiquée en caractères ordinaires pour les périodes de concurrence, en gras pour les années pendant lesquelles le métal est soumis à un régime de contrôle économique. Une moyenne annuelle arithmétique des pourcentages a été établie, d'une part, pour les produits soumis à la concurrence (colonne 7), d'autre part, pour les produits cartellisés (colonne 6). La dernière

colonne indique enfin la proportion de l'amplitude de variation des produits contrôlés par rapport à la variation des produits libres ¹.

La question se pose de savoir comment le cartel doit tenir compte des phases de prospérité et de dépression lors de la fixation de ses tarifs. Schmalenbach considère le comportement réel des prix du cartel comme un de ses désavantages les plus grands. « Es ist mehrfach vorgekommen, dass die früheren Kartelle es sich als Verdienst angerechnet haben, dass die Preise der kartellierten Waren weniger schwankten als die freien Waren. Damit beweisen die Kartelle, wie weit ihre Grundanschauungen sich von denen, die die freie Wirtschaft verlangt, bereits entfernt hatten. Denn die freie Wirtschaft verlangt nicht stabile, sondern im Gegenteil mit den Konjunktoren schwankende Preise. »

« Besonders die grosse Investitionsindustrie als die am Konjunkturwechsel besonders beteiligte Gruppe, muss dazu verhalten werden, dass sie unter Verzicht auf die Vollkosten in der guten Konjunktur die Preise erhöht, und zwar so wirksam, dass die Investitionen abgebremst werden. Dafür aber muss sie bei Unterbeschäftigung die Preise bis weit unter die Vollkosten, nötigenfalls bis auf die Grenzkosten senken, um die Investition möglich zu machen, die die Vollkosten nicht tragen können ². »

M. Jöhr arrive à la conclusion contraire. Il approuve la politique de stabilisation des prix généralement adoptée par les cartels. « Vielfach setzt sich das Kartell ausdrücklich eine Stabilisierung der Preise zum Ziel. Es wird somit sowohl diese unter Umständen bewusst kleiner bemessen, als dies zur Realisierung des höchstmöglichen Gewinnes möglich wäre ³. »

Avec Schumpeter ⁴ et Haberler, ⁵ Jöhr estime qu'une réduction générale et uniforme de la variabilité des prix, conditionnée par une situation monopolistique, est un facteur qui atténue le mouvement de la conjoncture.

Lors de la fixation des tarifs, le cartel devrait donc s'efforcer, autant que possible, d'éliminer des fluctuations exagérées des prix. Les prix ne devraient être modifiés que dans la mesure où varient les prix de revient, cela afin de garantir la conservation du patrimoine.

4. Influences psychologiques

L'acheteur regarde toujours le prix de cartel avec une certaine méfiance, car il suppose que ce prix est l'expression d'une exploitation monopolistique. Aussi beaucoup de cartels agissent-ils discrètement et s'efforcent-ils de cacher leur existence au public. Pour ne pas alerter l'opinion publique, on ne procède que prudemment à des augmentations de prix. Même dans des cartels qui jouissent d'une situation de monopole, la crainte de la critique et de l'opinion publiques ⁶ agit comme entrave lors des augmentations de prix ⁷.

¹ Laurence BALLANDE, *Prix de cartels et prix de concurrence*, dans *L'Activité économique*, 30 avril 1938.

² E. SCHMALENBACH, *Der freien Wirtschaft zum Gedächtnis*, p. 94.

³ W. A. JÖHR, *Konjunkturschwankungen*, p. 363.

⁴ SCHUMPETER, *Kapitalismus, Sozialismus und Demokratie*, p. 156.

⁵ HABERLER, *Prosperität und Depression*, p. 480.

⁶ Les sentiments hostiles aux cartels se font jour très clairement dans l'opinion publique

III. Les dissidents (outsiders)

Les relations entre le cartel et ses dissidents soulèvent des problèmes nombreux. Nous examinerons seulement ceux qui sont en rapport avec la formation des prix.

1. Dissidents potentiels et dissidents résiduels

Un dissident peut déjà exister sur le marché (dissident résiduel). Dans ce cas, on n'a pas réalisé une fermeture complète, à 100%, du marché. Pour le cartel, ce ne sont cependant pas seulement les dissidents existants qui importent; par des moyens appropriés, le cartel essaiera de combattre aussi les dissidents possibles, c'est-à-dire tous ceux qui, suivant les circonstances, pourraient le devenir¹.

Un dissident potentiel² devient dissident résiduel lorsque de nouveaux vendeurs apparaissent sur le marché ou lorsque des membres du cartel quittent ce dernier. Dans certains cas, on vient au-devant des désirs d'un membre du cartel seulement pour éviter qu'il ne quitte le cartel et s'y oppose comme dissident. La possibilité de l'apparition de dissidents joue un très grand rôle, surtout dans le cas des cartels qui travaillent avec peu de capitaux³ ou dans celui des cartels dont les risques sont très petits⁴. Dans aucun cartel, on ne peut déterminer avec exactitude le prix limite qui évite l'apparition de dissidents. C'est encore un facteur qui, lors de la fixation des tarifs, incite les membres du cartel à se contenter d'une marge aussi étroite que possible entre prix de revient et prix du marché⁵.

2. Formation du tarif lorsque le dissident est toléré

Le dissident (ou les dissidents) peut être tellement fort à l'intérieur de la branche que le cartel doit s'en accommoder. Un cartel qui détermine le prix par une politique des quantités prendra, dans ce cas, la production du dissident comme donnée

lorsque le cartel combat un dissident. « Es zeigte sich neuerdings, dass das Herz der Öffentlichkeit, der welschschweizerischen ganz besonders, stets für den Aussenseiter zu schlagen pflegt. Für die Öffentlichkeit (inklusive Parlament) ist der Aussenseiter immer derjenige, der der Freiheit eine Gasse macht und dem man im Namen all derer, die einstmals auf dem Rütli schworen, beistehen muss! » Prof. MARBACH, *Kapitalfehlleitung*, *op. cit.*, p. 35.

¹ « Les prix sont contrôlés à un degré considérable, mais qui peut être limité par la crainte d'irriter l'opinion ou par l'appréhension d'encourager l'emploi de produits de substitution. » SAMUELSON, *op. cit.*, p. 473.

² Voir PFISTER, *op. cit.*, p. 15.

³ « Der potentielle Wettbewerb steht im Gegensatz zum aktuellen Wettbewerb und ist in dem Augenblick, da man den Markt betrachtet, unwirksam; er ist jedoch bereit, in dem Augenblick zu wirken, da er aktuell wird. » VITO, *op. cit.*, p. 86.

⁴ Nous citons de la thèse de TRÖMEL: « Für den Verband war nun die Aufgabe die, seine Preise so zu regeln, dass eine allzu hohe Rentabilität der Betriebe nicht erreicht wurde, denn eine solche hätte unfehlbar das Entstehen neuer Fabriken, die ja noch heute mit verhältnismässig wenig Kapital zu begründen sind, zur Folge gehabt », p. 111.

⁵ « Übertreibungen werden aber auch dadurch einigermaßen in Schach gehalten, dass man damit rechnen muss, neue Konkurrenten anzulocken, sofern die erzielbaren Gewinne im Vergleich zum Risiko hinreichend gross erscheinen. » KÜNG, *Artikel in der NZZ*, *op. cit.*, p. 11.

⁶ « Würden die Kartelle tatsächlich übermarchen; wie ihnen dies immer wieder vorgeworfen wird, so wäre lediglich eine Stärkung der Aussenseiter die Folge, etwas, das dem Verbandssekretär ja gerade am unangenehmsten sein müsste. » O. FISCHER, Sekretär des Schweiz. Gewerbeverbandes. *Die Gesichtspunkte des Gewerbes*; *NZZ.*, décembre 1954.

de base¹. Des cartels qui fixent seulement les prix doivent tenir compte des prix des dissidents². Dans beaucoup de cas, les dissidents n'atteignent pas la totalité du marché (les frais de transport rendent souvent impossible la concurrence sur un marché éloigné), mais seulement une certaine zone. Dans un tel cas, des tarifs spéciaux seront établis pour la zone en litige.

Si un cartel réglemente le prix d'un grand nombre de produits, et subit la concurrence des dissidents pour un seul (ou un groupe) d'entre eux, il peut résoudre le problème en renonçant à la fixation du prix de ce ou ces produits. La concurrence normale est alors rétablie pour ce produit³.

3. Elimination du dissident

L'intention d'éliminer le dissident (ou les dissidents) ressort des tarifs. Le boycottage, les rabais de fidélité et les primes sur le chiffre d'affaires en sont les moyens les plus usuels⁴. Les ristournes du cartel à des clients fidèles constituent une arme particulièrement efficace contre les dissidents⁵. Les rabais de fidélité mentionnés par le tarif sont des réductions accordées aux clients qui font tous leurs achats auprès de membres du cartel⁶. Ces rabais sont pris en considération lors de la formation des prix. De cette manière, un cartel obtient souvent un chiffre d'affaires plus élevé que par une réduction équivalente des prix de vente. La lutte des prix, enfin, est la méthode la plus radicale pour combattre et éliminer des dissidents⁷. Bien entendu, des prix de lutte ne sont appliqués, si possible, que dans une seule région. Ces prix s'alignent seulement sur ceux des dissidents; aucun autre facteur n'est pris en considération. Il s'agit de fixer un prix tel que le dissident est éliminé. Les prix de lutte sont limités, sinon dans l'espace, du moins dans le temps. D'habitude, les cartels essaieront plus tard de se dédommager des pertes provoquées par la lutte des prix⁸.

¹ C'est le cas pour le cartel de l'étain.

² La Convention des fabriques de margarine, par exemple, établit les comparaisons suivantes dans son exposé au sujet des mesures de rationalisation et de leurs conséquences :

Preisvergleich zwischen dem Kartell und dem Aussenseiter (Bolz): Blätterteigmargarine			
Nettopreise	0-300	Fr. 3.35 *	Fr. 2.95 **
	301-1000	» 3.30	» 2.85
	1000-3000	» 3.25	» 2.80
	über 3000	» 3.20	» 2.78

* = prix du cartel.

** = prix du dissident.

³ Voir TRÖMEL, *op. cit.*, p. 83 : « Bei der Verbandsgründung im Jahre 1912 wurden aus Rücksicht auf die Aussenseiter verschiedene billige Tassen und Teller freigegeben. »

⁴ Voir MELLEROWICZ, *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. Berlin, 1940 : « Der Kampf gegen Aussenseiter wird mit folgenden Mitteln geführt : Umsatzprämien, Treuerabatt, Liefersperre, Exklusivverträge ; im internationalen Handel : Exportprämien und Exportvergütungen », p. 35.

⁵ Martin LOHMANN, *Das Rechnungswesen der Kartelle*, p. 48.

⁶ « Charakteristisch für die verfügbaren Disziplinarmittel ist der bekannte Fall eines regionalen Kartells, dessen Mitglieder von den Vertragslieferanten auf ihren Bezügen eine Rückvergütung von 15 bis 20 Prozent erhalten. » KÜNG, *Artikelreihe der NZZ*, p. 13.

⁷ Voir LOHMANN, *op. cit.*, p. 91 : « Man pflegt dann von Kampfpreisen zu sprechen, in deren Bemessung die Geschäftsstelle oder die von ihr in den Dienst der Aussenseiterbekämpfung gestellten Mitglieder mehr oder weniger frei sind. Die Absicht ist natürlich die, dass in nicht zu langer Zeit wieder zum Kartellpreis zurückgekehrt werden kann. »

⁸ Voir KÜNG, *op. cit.*, p. 13 : « Man könnte nun vielleicht argumentieren, dass die Konsumenten

Des cartels bien organisés accumulent un fonds pour des luttes de prix éventuelles ; c'est un facteur exerçant une influence sur le tarif par l'intermédiaire des coûts.

Occasionnellement des firmes dissidentes sont achetées¹ par le cartel et leur capacité détruite². Il en résulte des dépenses qui, par la voie indirecte des coûts, se répercutent sur les prix. Après un tel achat, le cartel a la tendance – et la situation du marché le lui permet – de se dédommager de ces dépenses supplémentaires.

4. Admission du dissident dans le cartel

Il existe aussi la possibilité d'admettre le dissident dans le cartel. Souvent, cela est le désir des dissidents eux-mêmes³. Des dissidents nouveaux, qui finalement sont assimilés, signifient une capacité supplémentaire ; les prix doivent donc être fixés à un niveau plus bas ou, en cas de prix inchangés, les différents fabricants recevront moins de commandes. Dans le cartel de la bière par exemple, l'admission au marché est limitée dans ce sens que selon les dispositions de la Convention, une fabrique de bière n'a l'autorisation de livrer qu'à des établissements de vente dont les propriétaires étaient ses clients à une certaine date limite. Ces prescriptions se trouvent sanctionnées dans l'« Accord pour la défense de la clientèle »⁴.

IV. Les importations

L'importance que revêtent les importations varie naturellement de branche à branche⁵ et d'un endroit à l'autre⁶. Le cartel se trouve dans une situation privilégiée, étant donné que les produits d'importation doivent supporter les droits de douane et les frais de transport. Le prix que l'on obtient ainsi est considéré dans beaucoup de cas comme la limite de prix supérieure⁷.

von einem Boykott in Form dieses gezielten « Dumpings » genau so profitieren wie von der gegenseitigen Unterbietung der Teilnehmer eines freien Wettbewerbes. Das trifft jedoch insofern nicht zu, als auf den Krieg gewöhnlich ein Frieden folgen wird, in dem dann vom Kartell « Erholungspreise » verlangt werden, welche die erlittenen Verluste wieder wettmachen sollen.»

¹ Voir HAUS : « Es besteht die Möglichkeit, dass grosse Unternehmen des Kartells die kleineren aufkaufen, um die Produktion stillzulegen. » *Op. cit.* p. 36.

² Le cartel international de l'azote a payé à la Société ammoniacque synthétique et dérivés une somme forfaitaire, afin que l'on ne finisse pas l'installation de la fabrique en Belgique et 4,5 millions de RM, afin que la société hollandaise réduise la production à 15 000 tonnes au lieu de 52 000 tonnes. Ces sommes ont été versées pour ne pas avoir d'autres concurrents sur le marché international. Voir HAUS, *op. cit.*, p. 31.

³ Voir MARBACH, *Kartelle, Trust und Sozialwirtschaft*. Berne, 1932 : « Schr häufig konkurrenziert ein Aussenseiter ein Kartell aus dem Grunde, um unter möglichst günstiger Bedingung im Kartell aufgenommen zu werden. »

⁴ BIANCHI, *op. cit.*, p. 70.

⁵ Le chocolat, par exemple, n'est que très peu menacé par la concurrence des produits d'importation.

⁶ Un fournisseur de pierres de construction alsacien pourra encore entrer en concurrence avec un fournisseur bâlois, mais ne pourra guère écouler sa production dans les Grisons.

⁷ « Eine bestehende Obergrenze, ausgedrückt durch die Faktoren, Weltmarktpreis + Zoll + Transportkosten », ist in der Preisforderung zu berücksichtigen, wenn man sich nicht in die Gefahr begeben will, die Auslandskonkurrenz auf den heimischen Markt zu rufen. » BLÖDNER, *Preis- und Produktionsstabilisierung durch Kartelle*, thèse. 1934, p. 57.

Il faut, toutefois, tenir compte aussi du fait qu'en général l'acheteur suisse préfère le produit suisse, même si son prix est quelque peu supérieur au prix limite dont nous venons de parler.

Dans bien des cas, les fournisseurs étrangers fixent des prix différents pour leur marché national et pour l'exportation. Ils accordent des rabais à l'exportation et c'est pourquoi le produit importé, inclusivement les frais de douane et de transport, peut même être meilleur marché que dans le pays d'origine. Nous parlons d'un dumping qui ne peut être combattu efficacement que par une correction radicale des tarifs.

Les conséquences sur le marché indigène sont souvent de fortes restrictions de la production¹ des entreprises cartellisées et des demandes de protection adressées à l'Etat.

Un genre spécial d'importations est représenté par le trafic de perfectionnement qui peut très fortement concurrencer le marché indigène. Les droits de douane sont généralement très bas, puisqu'il s'agit de produits nationaux qui sont transformés à l'étranger.

Le trafic de perfectionnement passif crée par exemple actuellement de gros soucis à l'Association suisse des fabricants de tissus. On préfère surtout l'Italie en raison du bas niveau des salaires. L'Allemagne peut fixer des tarifs plus réduits, car elle travaille généralement des quantités beaucoup plus grandes.

V. L'Etat

L'Etat peut, en principe, exercer une influence sur la formation des prix des cartels. Les moyens dont il se sert pour atteindre ce but sont différents d'un pays à l'autre et ne sont pas toujours les mêmes à l'intérieur d'un seul pays. En étudiant les diverses mesures étatiques possibles, nous tenons compte surtout des conditions suisses.

1. Législation générale

La doctrine et la jurisprudence suisses considèrent un cartel comme immoral s'il a comme but une exploitation usuraire du public et une augmentation exagérée des prix par l'exploitation égoïste d'une situation monopolistique de fait. (ATF 31 II 915, 37 II 211 ; Egger Art. 27 CCS)².

¹ Nous reprenons de la *Schweizerische Handelszeitung* : « Die Folge des japanischen Dumpings ist ein starker Bestellungsrückgang in unserer Baumwollindustrie, vor allem bei den typischen Feingeweben, so dass sich der Schweizerische Spinner-, Zwirner- und Weberverband veranlasst sah, an einer vor einigen Tagen abgehaltenen Generalversammlung eine allgemein verbindliche Betriebseinschränkung zu beschliessen. » (10 mars 1955.)

² Voir HAFNER, *Ein schweizerisches Kartellgesetz auf privatrechtlicher Grundlage* : « Einen wirksamen Schutz gegen die Verletzung der Konsumenteninteressen gewährleistet das Privatrecht nicht. In sehr extremen Fällen kann zwar ein Kartell als nichtig erklärt werden, wenn es eine wucherische Preispolitik betreibt oder wenn es zu einer unerträglichen Monopolisierung eines allgemein unentbehrlichen Nahrungsmittels behufs künstlicher Preisbeeinflussung führt », p. 120.

Un cartel doit être à même de prouver à n'importe quel moment que ses prix ne peuvent pas être considérés comme des prix d'usure. Sinon, le cartel peut être dissous par l'Etat ¹.

2. Législation cartellaire

L'Etat peut interdire les cartels en général, comme cela s'est passé aux Etats-Unis avec les Sherman-Acts ou en Allemagne avec la législation cartellaire.

Il existe cependant aussi la possibilité de surveiller les cartels de près et de veiller continuellement à ce que les prix ne permettent pas des profits plus élevés que ceux que l'on rencontre d'ordinaire dans la même branche.

En Suisse, pour le moment, nous ne sommes en présence ni de l'un ni de l'autre de ces deux systèmes. Lors de la formation des tarifs, la crainte d'une législation cartellaire exerce cependant — comme le dissident latent — une influence modératrice.

3. Fixation des prix

a) Prix maxima

En des temps critiques, l'Etat intervient directement dans la formation des prix. En période de pénurie de biens, il impose des prix maxima qu'il a calculés sur la base des prix de revient des différentes entreprises ². Ces maxima sont alors très souvent adoptés par les cartels comme prix minima. Le cartel renonce dans ce cas d'établir son propre tarif ³. A l'heure actuelle, toutefois, l'Office fédéral du contrôle des prix, qui est chargé de la fixation des prix maxima, ne s'occupe plus que des marchandises dont les prix sont influencés par des mesures fédérales d'aide ou de protection en faveur de l'économie indigène (article 9 de l'arrêté fédéral du 10 juin 1955 sur l'exercice d'un contrôle limité des prix).

b) Prix minima

Dans l'intérêt général de l'économie, l'Etat fixe parfois des prix minima. De telles prescriptions peuvent être très favorables aux cartels, puisqu'elles empêchent les dissidents d'offrir à des prix inférieurs à ceux du cartel. En tout cas, les cartels en tiennent compte. Si un cartel n'est maître que d'une partie du marché, il ne pourra pas alors fixer ses prix à un niveau très supérieur à celui du prix minimum. Car le fait qu'il existe des prix minima signifie que l'offre dépasse la demande et que le prix du marché a la tendance de descendre en dessous du prix minimum ; tous les acheteurs peuvent donc couvrir leurs besoins au prix minimum.

¹ Voir NAEGELI, *Droit de Cartel*, semestre d'hiver 1951 : « Bis jetzt hat in der Schweiz keine solche Auflösung stattgefunden. »

² Là où, selon les calculs de la OCP, les cartels demandaient des prix trop élevés, on a décrété qu'une réduction devait avoir lieu. Ainsi, pour le cartel du ciment l'on a décrété : « Die bisher gültigen Preise für inländischen Zement sind für sämtliche mit Wirkung ab 1. September 1947 zur Ausführung gelangenden Lieferungen um Fr. 25.— pro Wagen zu 10 Tonnen zu reduzieren. »

³ Le cartel de l'eau minérale ne connaît que les prescriptions de prix maxima de l'Office fédéral de contrôle des prix (ordonnance N° 320 A/47, 23 juillet 1947) ; cette ordonnance est valable comme liste des prix pour les membres du cartel. On a procédé à très peu de modifications seulement (produits qui n'étaient pas encore connus en 1947).

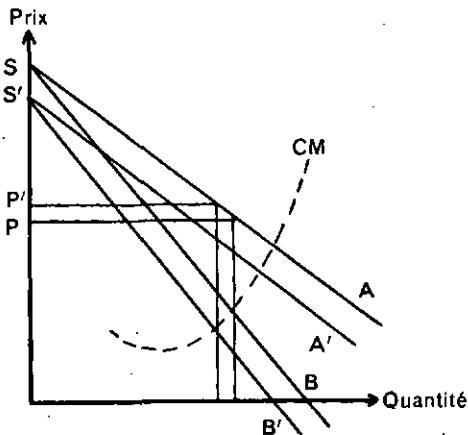
4. Modifications des droits de douane

Nous avons déjà constaté que les importations peuvent causer de très gros soucis aux cartels. Les droits de douane diminuent l'action des importations. En cas de prix surfaits, l'Etat fera augmenter la concurrence des fournisseurs étrangers sur le marché par une réduction des droits de douane et obligera ainsi le cartel à des réductions de prix. Inversement, l'Etat peut permettre à certains cartels de réaliser un prix déterminé en écartant du marché la concurrence étrangère¹.

5. Impôts

On peut concevoir que l'Etat soumette les cartels à un impôt spécial pour absorber le surplus de profits que le cartel réalise grâce à son monopole. Il existe en Suisse des impôts qui grèvent des produits vendus par un cartel (par exemple l'impôt sur la bière), mais dans ces cas, il ne s'agit pas de l'imposition du cartel de la bière, mais de l'imposition du consommateur de bière. Cet impôt sur la bière doit cependant aussi être pris en considération lors de la formation des prix.

La question se pose alors de savoir si le cartel doit ajouter l'impôt au prix primitivement prévu ou s'il doit prendre l'impôt à sa charge, afin de pouvoir écouler la même quantité qu'auparavant. La réponse à cette question dépend de l'élasticité de la demande. Le cartel pourra se décharger aux dépens du consommateur d'une grande partie des impôts lorsque la demande est inélastique, mais devra prendre à sa charge la plus grande partie des impôts lorsque la demande est élastique².



- A = Courbe de la demande
- A' = Courbe de la demande compte tenu de l'impôt
- B = Courbe de la recette marginale (pour A)
- B' = Courbe de la recette marginale (pour A')
- CM = Courbe du coût marginal
- P = Prix du cartel avant l'impôt
- P' = Prix du cartel après l'impôt
- S-S' = Impôt

La hausse du prix n'est donc que d'une fraction de l'impôt.
Exemple construit sur la base de SAMUELSON, *op. cit.*, p. 559 et suivantes.

¹ Voir BIANCHI: « Die Beschränkung des Marktzutritts in Gestalt einer Zollbelastung auf ausländisches Bier gehört wie die Biersteuer zu den mittelbaren staatlichen Eingriffen. » *Op. cit.*, p. 81.

² Plus la demande est élastique, plus la part de l'impôt que le cartel doit supporter est grande.

6. *Cartels obligatoires*

Là où l'Etat a besoin des cartels pour ses mesures de politique économique, il créera des cartels obligatoires. Le plus souvent, l'Etat reconnaît des cartels déjà existants et oblige tous les dissidents à y adhérer. Pendant la guerre, les cartels obligatoires ont joué un grand rôle en Allemagne comme moyens du dirigisme économique centralisé.

Dans ce cas, l'Etat contrôlera les prix.

Le tarif

I. Introduction

Dans les chapitres précédents, nous avons essayé de montrer la grande variété de facteurs qui doivent être pris en considération lors de la détermination des prix dans un cartel. Nous avons analysé les différents procédés en usage dans la pratique et essayé de trouver une solution générale et précise à ce problème. Toutefois, ce n'est que pour les données relevant des entreprises elles-mêmes qu'il est possible d'obtenir des résultats exacts. En revanche, on ne peut guère fixer de normes précises pour les données qui dépendent du marché. Nous nous sommes efforcé d'en signaler les principales influences, mais nous ne sommes pas à même de proposer une méthode mathématique susceptible d'en déterminer l'incidence exacte sur la fixation des prix.

Nous avons vu au chapitre II que, dans un cartel, l'établissement de normes uniformes pour le calcul des prix de revient (taux par sections de frais pour l'imputation des frais généraux aux porteurs de frais) rencontre d'innombrables difficultés. Il s'agit maintenant de résoudre un dernier problème, celui de la mise sur pied du tarif proprement dit. Dans les chapitres précédents, nous avons étudié les méthodes susceptibles de fournir les données indispensables¹ à la détermination des prix. Dans le présent chapitre, nous allons essayer de montrer comment, sur la base des données ainsi obtenues, on peut mettre sur pied un tarif.

Le tarif² doit permettre à chaque membre du cartel de déterminer aisément le prix d'offre de ses produits. Si l'on considère la multitude de produits fabriqués dans certains cartels (cartels de l'horlogerie, des cartonnages, du chocolat, etc.), le profane peut se demander si, dans ces cas, une unification des prix n'est pas tout simplement impossible.

Notre tâche, dans ce chapitre, est justement d'étudier comment des prix uniformes peuvent être fixés même lorsque la production est très diverse. Les difficultés que rencontre cette entreprise sont, en vérité, très grandes mais non insurmontables.

¹ Nous insistons une fois de plus sur le fait que nombre de cartels établissent des tarifs sans procéder à des calculs précis de prix de revient. Notre but est de trouver une méthode scientifique. C'est pourquoi nous parlons de données indispensables : elles sont indispensables à une détermination rigoureuse des prix.

² Nous désignons par tarif d'un cartel l'ensemble de prescriptions relatives aux prix que les membres du cartel s'engagent d'observer.

La pratique nous enseigne en effet qu'on peut toujours trouver des solutions. Dans les branches avec une grande variété de production, les tarifs peuvent être très volumineux. Citons à cet égard les tarifs de l'Association suisse de l'industrie du blanchiment, de la teinture et de l'impression textile ou de l'Union suisse des fabriques de cartonnages. Ce dernier groupement organise régulièrement des cours d'instruction à l'intention des personnes chargées de l'application des tarifs. On avait constaté, en effet, de nombreuses erreurs dans les applications en vue du calcul des prix.

La structure d'un tarif doit tenir compte des particularités de chaque cartel, de sorte qu'il est difficile de fixer à ce sujet des règles générales. Aussi allons-nous tenter de montrer les différents problèmes qui se posent à l'aide d'un exemple concret.

Nous supposons qu'un certain nombre d'entreprises indépendantes de l'industrie du carton forment un cartel et nous allons examiner les possibilités de la tarification dans cette hypothèse ¹.

II. La réglementation des conditions

Tous les groupements de producteurs ne sont pas de véritables cartels de prix. En effet, de nombreuses associations se contentent de régler de façon uniforme les conditions de vente. Il est alors admis tacitement que les prix ont été calculés sur la base des coûts effectifs, de sorte que des ventes à des prix inférieurs aux prix de revient ne devraient pas se produire. Dans de tels groupements, les dispositions communes se réduisent à un minimum. Mais souvent, la réglementation des conditions constitue le premier pas vers une cartellisation véritable ².

La réglementation des conditions porte avant tout sur les escomptes en cas de paiement au comptant et les rabais en cas d'achats en grandes quantités. Le taux de ces rabais résulte des normes en usage dans la branche. Le but en est de favoriser les clients qui achètent en gros, car en produisant beaucoup, le fabricant réalise une économie de frais. Il fait bénéficier le client d'une partie de cette économie, l'incitant ainsi à passer de grandes commandes.

Dans un tel groupement, il n'existe pas de tarif à proprement parler. Il s'agit plutôt d'ententes fondées sur les usages de la branche. A côté des conditions signalées, on règle parfois d'autres questions ; nous en parlerons ci-après dans le paragraphe consacré aux « Dispositions générales ».

¹ Il existe, en Suisse, une Union suisse des fabriques de cartonnages dont le secrétariat nous a fourni de précieux renseignements. Les exemples numériques ci-dessous ne proviennent pas de ce groupement, mais ont été construits par nous-même pour illustrer notre exposé.

² TRÖMEL, *op. cit.*, p. 79 : « Die verschiedenartigen Rabatte, Skonti, langen Zahlungsfristen usw., kurz Minderungen der Preise auf eine versteckte Art und Weise, wurden von Kennern als ein wahrer Krebschaden bezeichnet. Es ist darum sehr erklärlich, dass die Erzeuger zunächst versuchen, einheitliche Verkaufs- und Zahlungsbedingungen durchzuführen und, wenn dies geglückt, dank der einheitlichen Front, die sie sich damit gegen ihre Abnehmer geschaffen haben, auch zu weiteren Massnahmen übergeben können. »

III. Les prescriptions concernant le calcul des prix de revient (tarifs de calcul)

Les ententes portant sur le calcul des prix de revient ressemblent beaucoup aux cartels de prix. Cependant, ce ne sont pas les prix de vente, mais seulement certaines normes de calcul qui y sont fixées de manière uniforme. Ces normes indiquent les taux minima qui doivent être appliqués dans le calcul des prix de revient. On veut empêcher ainsi que certaines entreprises ne vendent à des prix trop bas et éviter une ruineuse concurrence.

Lors de la fabrication de produits contenant une forte proportion de matières premières, des différences de prix considérables peuvent apparaître entre différentes entreprises. En effet, chaque entreprise calcule son prix de revient sur la base du coût effectif des matières premières, de sorte que celles qui peuvent les acheter en grand ou qui réussissent à saisir des occasions favorables, arrivent à des prix de vente plus avantageux que les autres.

C'est là d'ailleurs que gît le danger d'un tel cartel. Pour pouvoir vendre à des prix soutenant la concurrence, les producteurs sont parfois tentés de réduire leurs prix de revient en utilisant des matières de qualité inférieure. En revanche, les économies réalisées sur les frais généraux ne peuvent plus influencer les prix de revient.

Dans le commerce de détail, la tendance à la cartellisation existe, par exemple, dans le commerce des chaussures. On y a fixé une marge minimum obligatoire entre le coût de production et le prix de vente.

Un groupe du tarif de cette branche comprend, par exemple, « B = toutes chaussures en cuir pour hommes »¹.

<i>Coût de production brut (sur ce prix le revendeur obtient jusqu'à 15% de rabais)</i>		<i>Prix de vente au détail brut</i>
Fr.	Fr.	Fr.
14.80	— 15.40	21.80
15.50	— 16.10	22.80
16.20	— 16.90	23.80
17.—	— 17.60	24.80

Dans le commerce de détail, il importe avant tout que le vendeur soit à même d'offrir un article d'une catégorie de prix déterminée; dans le commerce des chaussures, par exemple, il faut pouvoir offrir un soulier bas pour hommes avec semelles crêpe à 21 fr. 80. En l'absence de prescriptions relatives aux prix, le commerçant se contenterait sans doute d'une marge assez faible, soit, par exemple :

$$\begin{array}{r}
 \text{Fr. } 21.80 \\
 - 30\% \quad \text{»} \quad 7.20 \\
 \hline
 \text{Fr. } 14.60
 \end{array}$$

¹ Tarif de l'Union suisse des marchands de chaussures.

Il est d'accord de payer pour cet article 14 fr. 60 net ou, compte tenu d'un rabais de 15%, 17 fr. 20 brut.

Un membre du cartel, en revanche, ne pourra dépenser pour le même article que 15 fr. 40 brut ou 13 fr. 10 net. Mais, à ce prix-là, aucun fournisseur ne sera d'accord de livrer un article de qualité analogue à celui qu'il vend au prix de 17 fr. 20. Ces difficultés aboutissent fréquemment ou à la transformation d'un cartel de conditions en un véritable cartel de prix, ou alors à l'effondrement du cartel.

Les normes fixées par le cartel pour le calcul du prix de revient doivent être fondées sur une étude approfondie des différentes entreprises. Si elles sont adoptées à la suite de simples discussions entre intéressés, il est indispensable de les vérifier tôt ou tard par des calculs précis. En effet, si les normes ne sont pas fixées très judicieusement, elles risquent fort de ne pas être appliquées par les membres du cartel.

Dans toute la mesure du possible, il convient de créer un schéma de calcul du prix de revient uniforme pour tous les membres d'un cartel. Nous avons déjà étudié au chapitre II la manière d'établir un tel décompte des frais pour qu'il réponde aux besoins de toutes les entreprises du groupement. L'exemple ci-dessous est fondé sur les propositions faites alors ¹.

Propositions pour un cartel des cartonnages

Schéma de calcul du prix de revient :

* Matériel : carton, prix d'achat	Fr. _____
agrafes	» _____
	<u>Fr. _____</u>
Frais généraux du matériel : x% du prix du matériel ²	» _____
	<u>Fr. _____</u>
* Salaires de fabrication : nombre d'heures x taux horaire	» _____
Frais généraux de fabrication : nombre d'heures x taux horaire	» _____
Heures/machines :	
découpage x taux horaire	
rainage entaillage x taux horaire	
estampage x taux horaire	
agrafage x taux horaire	» _____
Frais de production	Fr. _____
Frais généraux d'administration et de vente : x% des frais de production ³	» _____
* Frais particuliers de la vente	» _____
	<u>Fr. _____</u>
Prix de revient	Fr. _____
Marge de bénéfice : x% du prix de revient	» _____
	<u>Fr. _____</u>
Prix (prix d'offre)	Fr. _____

Les genres de frais marqués d'un astérisque sont des frais particuliers qui peuvent varier d'entreprise à entreprise et qui sont portés au prix de revient à leur montant effectif.

¹ Voir p. 41 et suivantes.

² Les suppléments fixés en pour-cent font que les grandes commandes ont à supporter une plus grande part de frais généraux que les petites. Cependant, cette manière de faire ne semble pas judicieuse dans tous les cas, car bien des frais ne varient que peu en fonction de l'importance des commandes. Dans l'Union des cartonnages, par exemple, des commandes de plus

<i>Frais de production</i>	<i>Coefficient des frais d'administration et de vente</i>
jusqu'à 50 fr.	50 %
de 50 à 100 fr.	40 %
de 100 à 200 fr.	33 ¹ / ₃ %
de 200 fr. et plus	16 ² / ₃ %

La détermination des coefficients minima de frais généraux (dans notre cas, des taux horaires/machines et des taux horaires/travail) doit être faite avec beaucoup de soin, puisqu'ils devront être appliqués ensuite par toutes les entreprises de la branche.

Les frais encourus par une entreprise au cours d'un exercice sont répartis, sur la feuille de décompte des frais, entre les différents centres de frais. Pour assurer la comparabilité des résultats, toutes les entreprises utiliseront une feuille de décompte uniforme, préparée à leur intention par le secrétariat du cartel. Les données ainsi obtenues servent à la détermination des coefficients de frais uniformes.

Feuille de décompte d'une fabrique de cartonnages bruts

<i>Frais généraux</i> <i>Centres de frais</i> <i>Genres de frais</i>	<i>Magasin</i> <i>Expédition</i>	<i>Centre des différents</i> <i>frais de fabrication</i>	<i>Frais par machine</i>				<i>Administration</i> <i>Vente</i>
			<i>découpage</i>	<i>rainage</i> <i>entaillage</i>	<i>estampage</i>	<i>agrafage</i>	
Frais de localités Salaires auxiliaires Salaires Frais de transport Frais généraux Amortissements Frais de voyages							

Le tarif de calcul du prix de revient de notre cartel comprend donc les positions suivantes :

1. Le matériel particulier, calculé au prix d'achat effectif (les agrafes sont considérées comme matériel particulier).
2. Le supplément du matériel calculé en pour-cent du prix d'achat.
3. Les salaires de fabrication déterminés pour chaque commande particulière et portés en compte à leur valeur effective.
4. Le supplément de fabrication : il s'agit d'un supplément du centre de frais cartonnage brut. Il est de x % des salaires de fabrication.

de 500 kg. permettent d'obtenir des cartons déjà découpés, ce qui réduit les rognures à un minimum. Aussi le coefficient des frais du matériel est-il fixé à 10 % pour les commandes de plus de 500 kg., à 20 % pour les commandes portant sur des quantités inférieures.

³ Le coefficient des frais d'administration et de vente doit également varier selon l'importance des commandes. En effet, ces frais sont loin d'être proportionnels au volume des transactions. C'est pourquoi l'Union des cartonnages a réglé cette question. (Voir tableau en tête de page.)

5. Les suppléments heures/machines :

découpage	Fr. x par heure
rainage/entaillage	Fr. x par heure
estampage	Fr. x par heure
agrafage	Fr. x par heure
6. Les frais généraux d'administration et de vente :
 $x\%$ des frais de production (matériel + frais généraux de matériel + frais de fabrication).
7. Les frais particuliers de la vente : à imputer à chaque commande.
8. Le bénéfice : $x\%$ du prix de revient.

Le prix de revient est calculé sur la base de ces normes et selon la méthode exposée à la page 44. Ce calcul ne présente guère de difficultés. Chaque entrepreneur peut facilement calculer son prix de revient en appliquant les normes fixées.

IV. Le tarif des prix

1. *Le calcul des différentes positions*

Nous entendons par tarif des prix le groupement systématique des prix fixés par un cartel. Dans le présent chapitre, nous n'allons nous occuper que des tarifs dont l'établissement présente de sérieuses difficultés. Tel n'est pas le cas, par exemple, des tarifs du cartel des eaux de table ou du cartel du ciment. Nous allons examiner, en particulier, la question de savoir si la tarification est possible dans le cas d'une grande variété de produits. Ce problème soulève un grand nombre de difficultés que nous allons tâcher de résoudre étape par étape.

Les prix contenus dans un tarif peuvent être déterminés de deux manières :

1. Le secrétariat du cartel relève pour chaque produit le prix de revient dans les différentes entreprises et sur cette base établit un prix moyen.
2. Le secrétariat du cartel relève les coefficients de frais appliqués par les différentes entreprises et en déduit des normes uniformes. Le prix de chaque produit sera alors calculé selon ces normes.

Lorsqu'il y a une grande variété de produits, le second procédé semble préférable.

Dans le paragraphe précédent, nous avons vu comment des normes de calcul uniformes sont établies.

Dans un cartel de prix de revient, le prix de vente des produits varie d'une entreprise à une autre, car les différentes entreprises n'appliquent pas des prix uniformes pour les matières premières et les autres frais particuliers. Dans un cartel de prix, au contraire, ces questions sont également réglées de façon uniforme.

Pour pouvoir fixer les prix, il faut connaître – en plus du prix des matériaux et des taux horaires – le temps qui est nécessaire à l'accomplissement de chaque opération (par ouvrier et par machine). Il est probable qu'une même opération

exige dans différentes fabriques des temps voisins, mais non pas égaux. Aussi des recherches doivent-elles être menées sur ce point dans les différentes entreprises. Le tarif est établi sur la base d'un temps moyen (voir page 45).

Dès que les temps sont connus, il est facile de calculer le prix de chaque article selon le procédé décrit à la page 12.

Le prix d'offre de 1000 boîtes de carton d'un type déterminé est donc le même dans toutes les entreprises.

Pour calculer le prix d'un certain type de boîte, notre cartel procédera de la manière suivante :

Groupe du tarif: cartonnage brut.

Produit: boîte cloche.

Grandeur: format utilitaire 100/60.

Quantité: 1000.

Matériel :

500 kg. de carton à Fr. 0.50	Fr. 250.—	
40 000.agrafes à Fr. 0.03 le cent	» 12.—	Fr. 262.—
Frais généraux du matériel 10 %		» 26.—

Salaires de fabrication :

100 heures à Fr. 2.—	Fr. 200.—
Supplément de fabrication 50 %	» 100.—

Heures/machines :

Découpage 10 heures à Fr. 6.—	Fr. 60.—	
Rainage/entaillage 10 heures à » 8.—	» 80.—	
Estampage 10 heures à » 10.—	» 100.—	
Agrafage 50 heures à » 3.—	» 150.—	Fr. 690.—

Frais d'administration et de vente 20 %

Bénéfice 10 %

Prix total

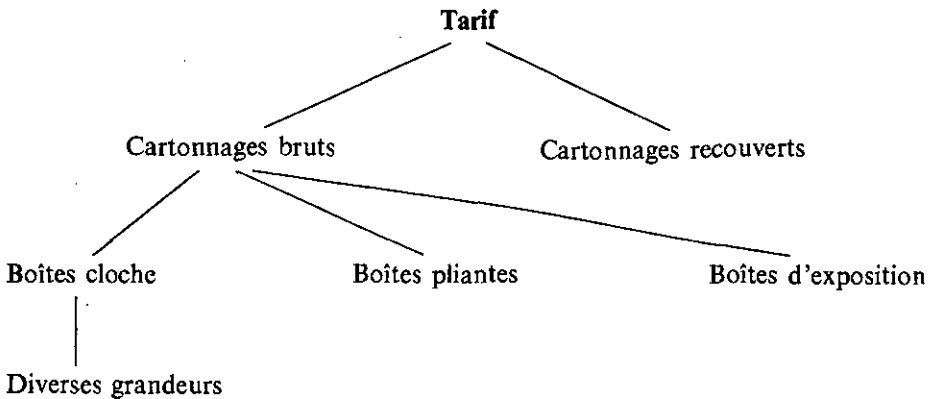
Fr. 978.—
» 195.—
Fr. 1173.—
» 117.—
<u>Fr. 1290.—</u>

La somme de 1290 fr. ne représente qu'une de plus de 1000 positions du tarif. Dans l'Union suisse des fabriques de cartonnages, seule figurerait au tarif la somme de 690 fr., toutes les autres données dépendraient des conditions particulières de chaque entreprise. Le prix d'achat du matériel (par 10 t.) est le même pour toutes les entreprises, car tous les membres du groupement achètent chez le même fournisseur.

Toute industrie doit constamment adapter son activité aux possibilités d'écoulement et, en particulier, aux désirs de la clientèle. Or, il est difficile de faire un tarif lorsque les produits varient constamment. Si tel est le cas, on s'efforce d'établir un tarif pour des produits types, par exemple des articles d'une grandeur donnée. Pour obtenir le prix des produits qui s'écartent de ces formats normaux, on ajoute au prix normal - ou on en déduit - un certain pour-cent.

2. La présentation des prix

Notre cartel produit deux sortes principales d'objets, des cartonnages bruts et des cartonnages recouverts. Chacun de ces groupes se subdivise en différents articles, tels que boîtes cloche, boîtes pliantes, boîtes d'exposition, etc. En outre, les prix dépendent dans une large mesure de la grandeur des articles.



Feuille de tarif: boîtes cloche, prix pour mille

Largeur en cm. Longueur	0 à 10	11 à 20	21 à 30	31 à 40	41 à 50	51 à 60	61 à 70	etc.
0—10	Prix							
11—20		Prix						
21—30			Prix					
31—40				Prix				
41—50					Prix			
etc.								

Les prix de tous les articles de cartonnage brut sont disposés de la même manière que dans notre exemple. Comme l'union règle également les prix des articles de cartonnage recouvert, une feuille spéciale du tarif leur est réservée. Même le prix des articles combinés – couvercle recouvert, boîte brute – peut être déduit facilement du tarif. Le prix de la boîte figure sur la feuille « Cartonnages bruts », celui du couvercle sur celle des « Cartonnages recouverts ». Il suffit d'additionner les deux éléments pour obtenir le prix d'offre de la boîte complète.

Cette façon de déterminer les prix est applicable dans un grand nombre de branches. En effet, partout où l'on fabrique des objets hétérogènes, il faut appliquer

des méthodes indirectes. Souvent, il est plus aisé de régler le prix des pièces détachées que celui des objets finis. Ainsi dans l'horlogerie, où la tarification porte sur les pièces détachées qui peuvent d'ailleurs, dans cette branche, être combinées de toutes sortes de manières différentes. Il serait tout simplement impossible de créer un tarif qui comprendrait le prix de vente des montres terminées.

3. Rabais

L'application de prix de vente uniformes implique l'application de taux uniformes pour les rabais. Si, dans les cartels de conditions, ces taux sont fixés selon la tradition, on s'efforce, dans les cartels de prix, de leur donner une base rationnelle. Dans notre exemple, le prix est calculé pour 1000 boîtes cloche. Plus la quantité produite augmente, plus le prix par objet diminue (aussi longtemps, bien entendu, qu'on peut augmenter la production sans recours aux heures supplémentaires).

Dans toute production, certains frais sont indépendants de la quantité produite. Dans notre exemple, c'est le cas des frais d'installation des machines. L'importance du volume de la production est particulièrement nette dans des branches comme la lithographie ou la teinture des textiles, où les frais fixes sont très élevés. Ces frais font qu'une petite production revient relativement cher, tandis que la grande production – grâce à la répartition de la somme constante de frais fixes sur un grand nombre d'objets fabriqués – aboutit à des prix de revient par unité nettement plus favorables.

Une partie des économies dues à la production en grand est rétrocédée par le cartel aux clients. Il faut donc connaître le montant exact de l'économie réalisée grâce à une forte commande. C'est pourquoi le cartel calcule – du moins pour quelques positions de chaque feuille du tarif – le prix de revient pour différents volumes de production (par exemple pour 500, 2000, 3000, 5000, 10 000 pièces). Les résultats obtenus permettent de déterminer correctement le taux des rabais.

Dans notre exemple, il n'est pas nécessaire de faire ce calcul pour tous les différents volumes de production. On se contentera, par exemple, de trois positions par feuille de tarif.

Exemple : boîte cloche

1 000 pièces		Fr. 500.—	
500 »		Fr. 300.—	20 % de supplément
2 000 »	pour mille	Fr. 490.—	2 % d'économie
3 000 »	pour mille	Fr. 480.—	4 % »
5 000 »	pour mille	Fr. 460.—	8 % »
10 000 »	pour mille	Fr. 450.—	10 % »

Dès que nous connaissons le taux des économies réalisées pour différents articles, nous les comparons et déterminons le taux des rabais. Par mesure de prudence, on adoptera le taux d'économie le plus faible et on le divise par 2.

Quantité		Position 1 10/10	Position 2 30/50	Position 3 100/100	Taux de rabais valable pour ce groupe du tarif 50 %*
500	Supplément de frais	45 %	50 %	48 %	
1 000	—	—	—	—	—
2 000	Economie de frais	3 %	2 %	2,5 %	1 %
3 000	» »	3,7 %	4 %	4,2 %	2 %
5 000	» »	8,2 %	8 %	7,5 %	3 %
10 000	» »	11 %	10 %	10,5 %	5 %

* Supplément.

4. Suppléments en cas de hausse des prix

L'élaboration d'un tarif exige, ainsi que nous venons de le voir, des efforts considérables et rencontre d'énormes difficultés. Il est donc compréhensible que le tarif ne peut être modifié chaque fois que des fluctuations de prix se produisent sur le marché des matières premières. Et pourtant, il est indispensable d'adapter les prix à cette nouvelle situation. La correction du tarif se fait dans ces cas au moyen d'un supplément exprimé en pour-cent et ajouté aux prix du tarif ou par une réduction en pour-cent faite sur ces prix.

Les suppléments rendus nécessaires par la hausse des prix doivent naturellement faire l'objet de calculs précis. La hausse peut provenir soit d'un enchérissement des matières premières, soit d'une augmentation des salaires. Il faut donc calculer l'effet d'une hausse donnée du prix des matières premières ou des salaires sur le prix de revient de notre produit.

Admettons une hausse des salaires de 10%. Le prix de revient de notre produit ne montera pas dans la même mesure, car les salaires ne représentent qu'une partie des frais de production. L'effet sera plus marqué pour les produits dont le prix de revient comprend une forte proportion de salaires (par exemple les cartons recouverts) que pour les produits où les matières premières sont prédominantes (par exemple les cartons bruts).

Dans chaque groupe du tarif, on calculera, pour quelques positions, l'effet de la hausse des salaires sur les prix de revient.

Exemple

Position 30/50 avec les anciens taux de salaires, prix total : 500 fr.

Position 30/50 avec une hausse des salaires de 10 %, prix total : 520 fr., supplément 4 % sur le prix du tarif.

La comparaison des deux prix permet de déterminer, pour un certain nombre de positions, le taux moyen du supplément.

5. Dispositions générales

Les prix imposés par le cartel ne garantissent pas toujours des prix réellement uniformes sur le marché. En période de dépression économique, chaque producteur s'efforce par tous les moyens de maintenir et même d'accroître ses ventes — ne fût-ce qu'à cause de la loi des frais décroissants. L'expérience montre que,

dans ces conditions, les vendeurs s'ingénient à trouver des moyens d'échapper aux prix fixés par le tarif.

Il est donc nécessaire de fixer non seulement les prix, mais encore toutes les autres conditions qui peuvent figurer dans un contrat de vente. Il faut éviter que les membres ne puissent corriger les prix du tarif en accordant à leurs clients toutes sortes d'avantages particuliers. N'a-t-on pas vu des membres du cartel de la bière organiser des visites de leur entreprise et offrir à cette occasion à leurs clients des repas et des cadeaux? Dans le commerce des automobiles, les vendeurs reprennent parfois des voitures d'occasion à des prix manifestement surfaits. Dans d'autres branches encore, les entrepreneurs distribuent des cadeaux – qui sont souvent, en fait, de véritables ristournes – au moment des fêtes de fin d'année.

Il est nécessaire d'empêcher de telles violations du tarif. C'est pourquoi tout tarif est complété par des dispositions générales qui règlent notamment les questions suivantes :

a) *Les clauses facultatives du Code des obligations concernant le contrat de vente*

Le tarif doit fixer l'attitude du cartel à l'égard de toutes les clauses du contrat de vente que le CO ne règle pas de façon impérative. Il prend donc position au sujet de questions telles que le magasinage (marchandises produites sur commande), les dégâts, les réclamations, les déductions, etc.

b) *Les conditions de livraison*

Matériel d'emballage : Si le matériel d'emballage est facturé par les membres du cartel à leurs clients, cette question doit être réglée par le tarif. Celui-ci doit aussi indiquer clairement quels frais de transport seront à la charge du membre et lesquels doivent être supportés par le client. La même remarque s'applique aux frais de port.

Là où des livraisons partielles sont possibles, le tarif doit régler leur influence sur les rabais de quantité et les modes de paiement.

c) *Les rabais de fidélité*

Rabais de fidélité proprement dit : un rabais spécial est accordé aux clients qui s'engagent à acheter exclusivement aux membres du cartel. Le but en est de lier les clients au cartel.

« Schutzkontozuschlag » : On attend les mêmes résultats d'un supplément qui est mis à la charge de tous les acheteurs qui ne sont pas engagés de couvrir tous leurs besoins auprès des membres du cartel ¹.

¹ Le tarif du VSTV contient la disposition suivante : « Sofern die Auftraggeberfirma die « Schutzkontovereinbarung » nicht unterzeichnet hat, erhalten alle Fakturen einen Zuschlag von 25 %. Der Auftraggeber ist berechtigt, diesen Zuschlag von den einzelnen Fakturen bei ihrer Bezahlung in Abzug zu bringen, wenn er jede Art von Veredelung sämtlicher Artikel, welche in den Tarifen des VSTV genannt sind in allen darin erwähnten Behandlungen ausschliesslich den Mitgliedern des Verbandes sowie den vom Verbands bezeichneter weiteren Firmen zuweist. »

Ristourne de fin d'année : A la fin de l'année, une ristourne spéciale est accordée sur tous les achats faits chez des membres du cartel. Le montant de cette ristourne est fonction du volume des affaires conclues au cours de l'année avec les membres du cartel ¹.

¹ La Convention chocolatière connaît ce genre de ristourne.

BIBLIOGRAPHIE

- AEBERHARD Walter, *Preisbindungen kartellverwandter Organisationen*, thèse. Berne, 1934.
- AEBI Anton, *Der Kartellzwang (nach schweizerischen Recht)*, thèse. Berne, 1946.
- BALLANDE Laurence, *Prix de Cartels et Prix de Concurrence*, dans *L'Activité économique*, 30 avril 1938.
- BAUDIN Louis, *La Formation des Prix* (Traité d'économie politique, publié sous la direction de Henri Truchy). Paris, 1936.
- BIANCHI Silvio, *Standort und Marktform der Schweizerischen Brauindustrie*, thèse. Bâle, 1949.
- BLÖÖNER Paul, *Preis- und Produktionsstabilisierung durch Kartelle (eine Untersuchung ihrer Problematik am Beispiel der deutschen Grosseisenindustrie)*, thèse. Halle, 1934.
- CAPET Marcel F., *L'Interaction des Marchés « La Liaison horizontale »*. Centre d'études économiques. Librairie Armand Colin. Paris, 1952.
- CHAMBERLIN Edward H., *Monopoly and Competition and their regulation*. Macmillan Ltd. London, 1954.
- DAHLER Rudolf, *Preiskartelle*, thèse. Cologne, 1937.
- EPSTEIN Mieczyslaw, *La Réglementation internationale d'un Marché de Matière première*, thèse. Fribourg, 1943.
- GÄCHTER Reinhard, *Die Standardkostenrechnung als Grundlage einer neuzeitlichen Betriebskontrolle und Preispolitik*. Saint-Gall, 1954.
- GLEISS Alfred, *Kartelle und Monopole, England als Beispiel*. Heidelberg, 1942.
- HAERRY Hans, *Die Intensität des Wettbewerbs*, thèse. Zurich, 1955.
- HAFFNER Karl, *Eine schweizerische Kartellgesetzgebung auf privatrechtlicher Grundlage*, thèse. Saint-Gall, 1953.
- HAUS J.-P., *Cartels et Rationalisation*, thèse. Neuchâtel, 1944.
- HOFER Fritz, *Die Betriebsabrechnung in der Lithographischen Anstalt*, thèse. Berne, 1952.
- HOFFMANN Erich, *Der Ausgleich in den Kartellen*. C.E. Pöschel Verlag, Stuttgart, 1941.
- JÖHR W.A., *Theoretische Grundlagen der Wirtschaftspolitik* (St.-Galler Wirtschaftswissenschaftliche Forschung), Band I. Saint-Gall, 1943.
- *Theoretische Grundlagen der Wirtschaftspolitik*, Bd. II. Zurich, 1952.
- KALVERAM Wilhelm, *Gemeinwirtschaftliche Preisregelung*, thèse. Francfort-sur-le-Main, 1935.
- KÜNG Emil, *Zur Lehre von den Marktformen und Marktbeziehungen in Konkurrenz und Planwirtschaft*. Berne, 1946.
- KLEBS Friedrich, *Kartellform und Preisbildung*. W. Kohlhammer Verlag, Stuttgart/Berlin, 1939.
- KELLER Max-Leo, *Der Betriebsvergleich—Voraussetzungen und Methode der Wirtschaftlichkeitsmessung und des Vergleichs verschiedener Unternehmungen*. Saint-Gall, 1938.
- KÖLBENER Faust, *Kartelle und Qualität*, thèse. Berne, 1947.
- LIEFMANN Rob., *Kartelle, Konzerne und Trusts*. Stuttgart, 1927 (7. Auflage).
- LOHMANN Martin, *Das Rechnungswesen der Kartell- und Gruppenwirtschaft*. Verlag Springer, Berlin, 1937.
- LÜTHI Paul, *Der Staat und die Kartelle in der Schweiz. Eine Untersuchung der wirtschaftspolitischen Einwirkungen des Staates auf die Kartellierung*, thèse. Neuchâtel, 1947.

- MARBACH Fritz, *Monopolistische Organisationsformen* (eine kurze Einführung). Verlag A. Francke AG, Berne, 1950.
- *Über das Kartell und die Kartellierung in der Schweiz*. Berne, 1937.
- *Grundsätzliches über den Einfluss der Umsatzverhältnisse auf die Kosten der Zementfabrikation*, Gutachten im Auftrag der E.G. Portland erstattet von Prof. Dr. MARBACH, *Zeitschrift für schweizerische Statistik und Volkswirtschaft*, 1943, p. 357 et suivantes.
- MELLEROWICZ Konrad, *Allgemeine Betriebswirtschaftslehre*. Berlin, 1940.
- MORET Marc, *Modèles de Formation des Prix* (élaboration et critique), thèse. Fribourg, 1952.
- NAEGELI, Droit de cartel, semestre d'hiver. Saint-Gall, 1951.
- MÖLLER Hans, *Kalkulation, Absatzpolitik und Preisbildung*. Jul. Springer, Vienne, 1941.
- NEUKOMM Gustav, *Die Elastizität der Nachfrage* (theoretisch-statistische Studie), thèse. Berne, 1943.
- NICHOL Archibald, Jamieson, *Partial Monopoly and Price Leadership*, thèse. Columbia University, 1930.
- NIEHANS, *Ökonomie des Wettbewerbs*, cours du semestre d'hiver 1951/52, Université de Zurich.
- NUSSBAUMER Konrad, *Die Preispolitik der schweizerischen Berufsverbände des Baugewerbes mit besonderer Berücksichtigung der Berechnungsstelle*, thèse. Berne, 1935.
- PEISTER Heins Rudolf, *Der Rabatt in der Preispolitik der Kartelle*, thèse. Berne, 1951.
- PETRI Hermann, *Industrielle Kartellpreise und betriebliche Kosten*, thèse. Cologne, 1926.
- PEISER Herbert, *Der Einfluss des Beschäftigungsgrades auf die industrielle Kostenentwicklung*. Berlin, 1929.
- Problems in the Theory of Price* (Clark Lee ALLEN, Aurelius MORGNER, Robert H. STROTZ). PrenticeHall, INC. New York, 1954.
- SCHMALENBACH E., *Selbstkostenrechnung und Preispolitik*, 6. Auflage. Leipzig, 1934.
- *Preziale Wirtschaftslenkung*, tome 1: *Die optimale Geltungszahl*. Bremen-Horn, 1948.
- *Der freien Wirtschaft zum Gedächtnis*. Cologne et Opladen, 1949.
- *Preziale Wirtschaftslenkung*, tome 2: *Preziale Lenkung des Betriebes*. Bremen-Horn, 1948.
- SAMUELSON Paul, *L'Economie, Techniques modernes de l'Analyse économique* (traduction de Gaël Fain), tomes I et II, Colin, Paris, 1953.
- STACKELBERG Heinrich von, *Marktform und Gleichgewicht*. Vienne/Berlin, 1934.
- *Grundlagen einer reinen Kostentheorie*. Vienne, 1932.
- *Grundlagen der theoretischen Volkswirtschaftslehre*. Francke AG, Berne, 1948.
- SCHOTT Gerhard, *Grundlagen des Betriebsvergleichs*. Verlag Aug. Lutzeyer, Francfort-sur-le-Main, 1950.
- SCHREURER F., *Les Aspects techniques de la Politique cartellaire*. *Courrier du comptable*, avril 1954.
- *Cours sur la comptabilité appliquée à l'industrie et sur la technique des prix de revient industriels*. Première édition polycopiée, 1950.
- TRÖMEL Werner, *Kartell und Preisbildung in der deutschen Geschirr- und Luxusporzellanindustrie*. Jena, 1926.
- WAGENFÜHR Horst, *Kartellpreise und Tariflöhne im Konjunkturverlauf*. *Jahrbücher für Nationalökonomie und Statistik*. Jena, 1933. Bd. 138, p. 501.
- WALTHER Alfr., *Einführung in die Wirtschaftslehre der Unternehmung*, Bd. I, *Der Betrieb*. Zurich, 1947.
- WEIOMANN Walter, *Selbstkostenrechnung und Preisbildung in der Industrie*. Leipzig, 1939.
- WEINTRAUB Sidney, *Price Theory*. Pitman Publishing Corporation. New York, Toronto, London, 1949.
- WESSELS Theodor, *Zur Theorie der Kartellpreise*. *Schmollers Jahrbuch*, 1935, p. 41.
- VITO Francesco, *Die industriellen Unternehmerzusammenschlüsse*. Übersetzung von Dr. Kurt Berger, Graz/Jena, 1941.
- ZIMMERMANN L.J., *The Propensity to Monopolize*. North-Holland Publishing Company, Amsterdam, 1952.

Table des matières

PRÉFACE	7
-------------------	---

PREMIÈRE PARTIE

Le prix de cartel dans l'économie politique théorique

I. Introduction	9
II. La formation des prix en cas de libre concurrence	9
1. La loi de l'offre et de la demande	9
2. Le comportement des entreprises en cas de concurrence parfaite	10
III. Le monopole collectif	12
1. La formation des prix en cas de monopole	12
2. Le monopole collectif	13
IV. Le monopole partiel	18
1. Généralités	18
2. Détermination du prix	19
V. La formation des prix en cas de concurrence imparfaite	20

DEUXIÈME PARTIE

La prise en considération des frais lors de la fixation des tarifs

I. Introduction	23
II. La confrontation des coûts	24
1. Examen de la méthode de calcul	24
2. Ecart dus à l'imputation inégale des charges	27

III. Le degré d'occupation	30
1. L'influence du degré d'occupation sur les frais effectifs	30
2. Prise en considération du degré d'occupation futur	32
IV. Economies et augmentations de frais consécutives à la cartellisation	35
1. Généralités	35
2. Economies de frais par la rationalisation	36
3. Frais nouveaux.	40
V. Calcul du prix de revient de base	41
1. Généralités	41
2. Entreprise marginale ou entreprise moyenne	42
3. Le calcul du prix de revient de base proprement dit	44

TROISIÈME PARTIE

Facteurs externes au cartel qui sont pris en considération lors de la fixation des tarifs

I. Introduction	47
II. La demande	47
1. L'élasticité.	47
2. La substitution.	51
3. La conjoncture.	52
4. Influences psychologiques	53
III. Les dissidents.	54
1. Dissidents potentiels et dissidents résiduels	54
2. Formation du tarif lorsque le dissident est toléré	54
3. Elimination du dissident.	55
4. Admission du dissident dans le cartel	56
IV. Les importations	56
V. L'Etat	57
1. Législation générale.	57
2. Législation cartellaire	58
3. Fixation des prix	58
4. Modifications des droits de douane	59
5. Impôts	59
6. Cartels obligatoires	60

QUATRIÈME PARTIE

Le tarif

I. Introduction	61
II. La réglementation des conditions	62
III. Les prescriptions concernant le calcul des prix de revient (tarif de calcul)	63
IV. Le tarif des prix	66
1. Le calcul des différentes positions	66
2. La présentation des prix.	68
3. Rabais	69
4. Suppléments en cas de hausse des prix	70
5. Dispositions générales.	70
BIBLIOGRAPHIE	73
TABLE DES MATIÈRES	75

