

Chapitre I: Marché ou échanges

Section 1: Une concurrence généralisée

- A – Conditions initiales et ruptures
- B – Le marché Walrasien
- C – La concurrence pure et parfaite
- D – Problèmes et critiques

Quel/Quelles espaces, comme espaces d'interrelations entre individus?

Ces « interrelations » sont sensées produire de l'ordre. On observe des contrastes qui s'imposent aux individus (qui, pourtant, répondent à un même type de comportement idéologique). Il y a une mise en jeu d'une notion de distance et d'intérêts différents.

La concurrence comme état: un espace généralisé de rivalité marchande entre individus autonomes. Des individus inscrits dans des groupes sociaux: des rapports non exclusivement marchands, d'où des espaces différenciés de circulation des biens.

Section 1: Une concurrence généralisée

Le libéraliste néoclassique L. Walras (1834-1910) est un réformateur qui cherche à socialiser. Il cherche à trouver la bonne représentation économique qui répartie de manière juste le salaire entre les salariés et l'entreprise/le capital. Il est donc anti-marxiste. De plus, il explique « que, grâce à la concurrence et à la flexibilité des prix, l'économie tend naturellement vers l'équilibre général » (*Éléments d'économie politique pure*, 1874). Walras parle « d'éléments d'économie pure » et considère son travail comme une « science économique » (en partie scientifique): **l'économie pure** désigne une économie de marché parfaite dont l'étude peut être menée scientifiquement grâce aux mathématiques.

→ La figure de Walras

A – Conditions initiales et ruptures

Pour construire un modèle, nous avons besoin d'hypothèses initiales.

Walras considère que les individus sont libres et égaux. Il faut donc prendre en compte les comportements individuels. On est ainsi sensé pouvoir en tirer une représentation de la société. Cela s'appelle **l'individualisme méthodologique**: pour comprendre une totalité, il faut comprendre l'élément initial. Cela marche aussi dans l'autre sens: c'est une **démarche holiste**.

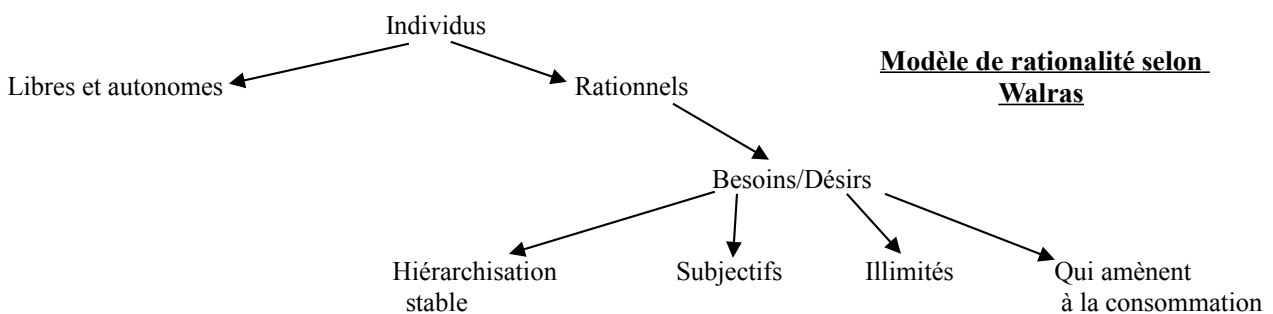
Individualisme méthodologique: part du principe que les phénomènes collectifs doivent être décrits et expliqués à partir des propriétés et des actions des individus et de leur interactions mutuelles.

Individualisme holiste: part du principe que les propriétés des individus se déduisent des propriétés de l'ensemble auquel ils appartiennent.

Walras considère aussi les individus comme libres, autonomes et rationnels. Cette rationalité (on parle de rationalité économique quand le comportement des individus correspond à leurs intérêts: les agents sont censés agir de telle façon qu'ils optimisent leur bien-être. La théorie néo-classique fait de ce concept de "rationalité" une hypothèse centrale du modèle d'équilibre général) est supposée identique pour tous les individus mais tous cela reste une hypothèse. La rationalité porte sur des besoins que l'individu cherche à satisfaire, et cela amène donc à représenter les individus comme des individus consommateurs. Si on prend ce principe comme point de départ, la production

est donc écartée (contrairement à ce qu'avait proposé Marx. Ce dernier considérait la production comme LE point de départ).

Pour consommer, les individus doivent échanger. Chaque besoin est défini par chaque individu. Le besoin/désir est donc subjectif et illimités, contrairement aux moyens de satisfaire les besoins qui, eux, sont limités. Les ressources sont donc forcément rares. C'est l'introduction de la **notion de rareté** et de la **conception individuelle et subjective des besoins** chez Walras. Par exemple, aujourd'hui, le besoin de formation est fort dans le but d'avoir une main d'œuvre plus qualifiée. Walras suppose aussi que les individus sont capables de hiérarchiser leurs besoins. Cette hiérarchisation est supposée stable, car c'est à partir de là que les individus sont sensés pouvoir attribuer une valeur à un bien. La valeur attribuée est donc personnelle/subjective. Plusieurs individus peuvent attribuer une valeur différente pour un même bien. La rationalité est donc très spécifique. Les critiques faites à ce modèle de rationalité l'opposent aux différentes formes de rationalité (et non pas à l'irrationalité!).



Pour accéder à ces biens, les individus sont supposés échanger: c'est l'introduction de la **notion de marché** selon Walras. Le programme des individus est donc de maximiser leur satisfaction même si cela se fait sous la contrainte (budgétaire dans un premier temps). Walras introduit aussi la notion d'utilité/rareté.

Walras avait posé l'équation avec des inconnues (ici, les prix) qui conduirait à un équilibre, puis, dans les années 60, Arrow et Debreu l'ont résolue.

B – Le marché Walrasien

Walras parle de **procédure de marché**: c'est une procédure théorique qui est sensée permettre de rendre compatible les programmes de chaque individu. C'est une procédure devant permettre aux individus de réaliser leur programme et surtout de les rendre compatibles. Chaque individu a son propre programme de satisfaction. Cette procédure de marché est donc sensée apporter une réponse à l'équation posée par Walras.

Le marché walrasien est sensé:

1. déterminer le prix de chaque bien
2. déterminer les quantités auxquelles les individus vont pouvoir accéder.

Il n'y a pas de transactions sans prix. Ce dernier est donc apporté par le marché de Walras (et les quantités aussi, par la suite).

/!\ Aujourd'hui, les notions de traders, transactions d'argent, etc. ne respectent pas la notion de marché walrasien.

Chaque individu est supposé attribuer par lui-même une valeur à un bien (en créant une hiérarchie) selon:

1. l'utilité: le bien doit satisfaire un besoin, il doit donc avoir un caractère utile. Cette notion est aussi présente chez Marx, mais elle n'a pas été retenue par les classiques, tels que Smith, etc. car ils considérait que certains biens n'ont pas beaucoup de valeur par rapport à d'autres (ex: diamants).
2. la rareté selon chaque individu. Chaque individu attribue une valeur à un bien selon sa rareté mais aussi selon la quantité dont il a besoin ou dont il dispose déjà. Par exemple, une voiture

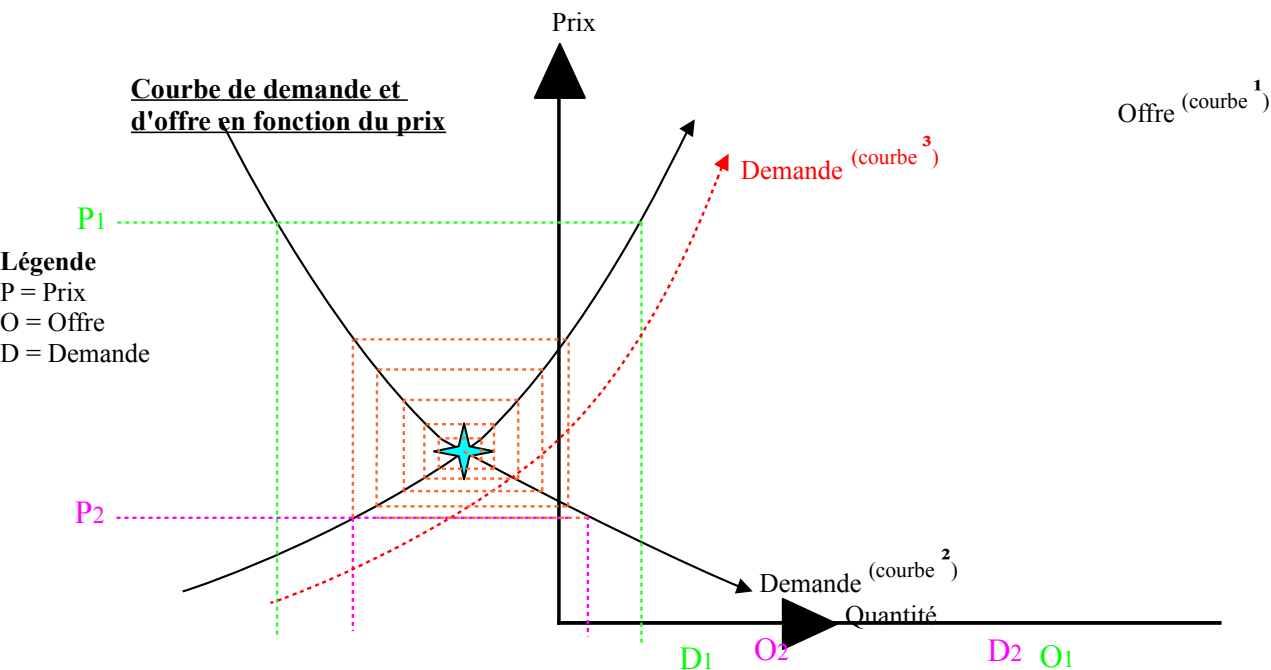
aura moins de valeur pour quelqu'un de riche qui en possède déjà 10 que pour quelqu'un de pauvre qui n'en a pas du tout. De même que dans, un désert, on donne une certaine valeur (plutôt importante) à un verre d'eau. Mais plus on a de verres d'eau, plus on satisfait des besoins qui deviennent de moins en moins intenses et qui ont, en conséquence, de moins en moins de valeur.

1. Hypothèses initiales

Les individus veulent obtenir un ou des bien(s). Donc, pour cela, chaque individu doit disposer de quelque chose à échanger (= **dotations initiales**), que ce soit un bien ou un capital. Et si un individu ne dispose ni de bien ni de capital, il dispose au moins d'un travail. Les individus deviennent donc des **offreurs**, mais aussi des **demandeurs**.

Il faut autant de procédures de marché que de prix (ex: 1500 biens = 1500 procédures de marché car 1 bien = 1 prix). Cependant, plusieurs capitaux = 1 seul marché (car il s'agit d'un prix interne). Dans cette représentation, les liens sont hétérogènes (selon les outils de travail). Le capital est donc plus intéressant que les biens. De même que 1 ou plusieurs travaux = 1 marché; et 1 monnaie = 1 marché (interne).

► Comment les offres et les demandes peuvent évoluer?



Hypothèse 1:

Les quantités offertes sont supposées augmenter lorsque le prix s'accroît.

Hypothèse 2:

Les quantités demandées s'accroissent quand le prix diminue.

Ces 2 hypothèses sont indispensables sinon les 2 courbes n'auraient aucune raison de se croiser. En effet, si [les quantités offertes qui augmentent = le prix qui augmente aussi (courbe 1)] et que, [les quantités demandées qui augmentent = le prix qui augmente aussi (courbe 3)], alors les courbes ne se croisent pas.

Les individus peuvent aussi changer de position: ils peuvent être à un certain moment des offreurs et à un autre moment des demandeurs.

2. Fonctionnement du marché walrasien

Le marché walrasien est un lieu fictif ou une procédure servant à fixer le prix d'un bien (biens,

capital, travail) et les quantités de ce bien qui pourront être échangées par la suite.

L'échange est impossible si:

Pour P1: combien de demandeurs? + combien d'offreurs = plus d'offreurs que de demandeurs

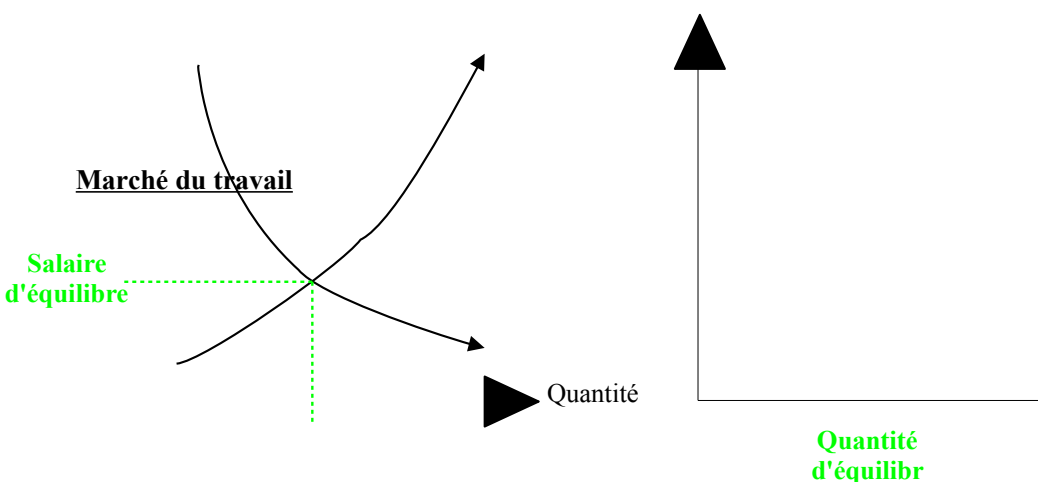
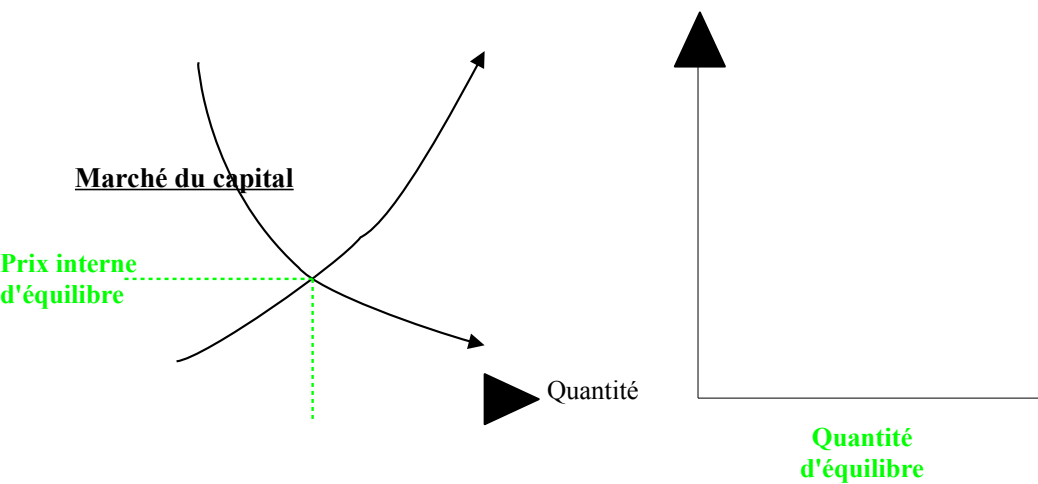
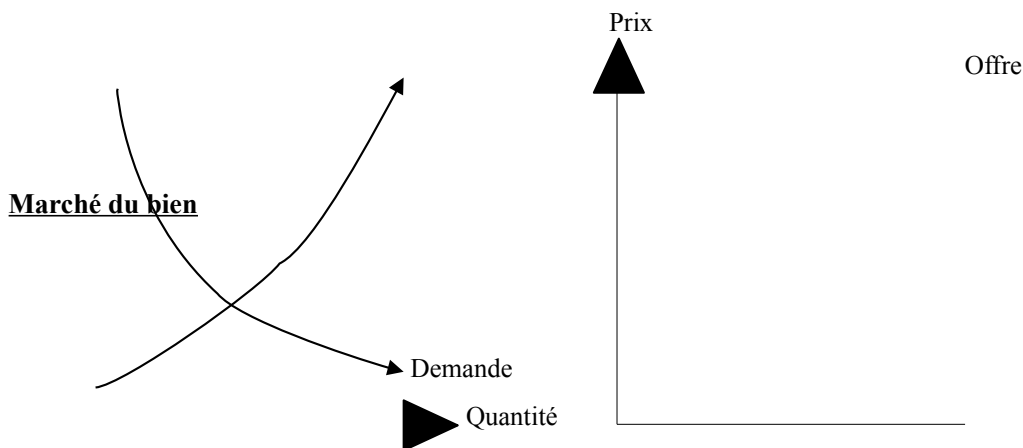
Mais l'échange est possible si:

Pour P2: combien d'offreurs? + combien de demandeurs? = plus de demandeurs que d'offreurs

Dans ce cas-là, s'engage une spirale qui va jusqu'à atteindre un prix pour une quantité équilibrée (✦).

On retrouve 2 types d'individus:

- les individus consommateurs (qualifiés selon leur classe sociale): maximum de satisfaction/besoin budgétaire.
- les individus entrepreneurs (qualifiés selon leurs fonctions différentes): maximum de profit/sous contraintes techniques.



Le profit se calcule par la différence entre la recette et les dépenses.

Profit unitaire = prix d'équilibre (prix interne d'équilibre + salaire d'équilibre)

Quantité d'équilibre = recette – consommation unitaire

Tous ces marchés (du bien/capital/travail) doivent fonctionner simultanément pour permettre d'établir un prix d'équilibre.

Walras évoque aussi la **généralisation**: Équilibre Économique Général: c'est la possibilité d'amélioration (maximum) sociale (**Optimum social**).

C – La concurrence pure et parfaite

La conception de la concurrence chez Walras définit la concurrence comme un état, une situation qui doit exister pour une raison très simple: pour permettre à la procédure de marché de fonctionner. Cette concurrence répond à un besoin logique. La concurrence est donc définie par 5 conditions indispensables au fonctionnement du marché. Si une des ces conditions n'est pas respectée, la procédure de marché ne peut pas atteindre l'équilibre de marché. La politique de concurrence fait référence à certains éléments de cette définition.

Les 5 conditions pour éviter un pouvoir de marché sont:

1. l'homogénéité du bien: dans la procédure de marché, les offres et les demandes portent sur un bien strictement identique, ayant exactement les mêmes caractéristiques physiques. Cette caractéristique est problématique car il y a une limite: par exemple, un stylo rouge et un stylo noir ne correspondent plus à la condition de l'homogénéité.
2. l'atomicité du marché: pour que la procédure de marché fonctionne il faut qu'il y ait des nombreux intervenants (offreurs et demandeurs) avec des tailles similaires. Un intervenant avec un pouvoir plus élevé pourrait fixer son propre prix (!\ cela est interdit).
3. la transparence du marché: c'est l'hypothèse de la concurrence pure et parfaite. Tous les individus disposent de la totalité de l'information et sans coût. Cette information concerne le prix (il indique la rareté d'un bien et sa qualité).
4. la fluidité du marché: chaque individu peut, sans entrave, passer du côté offre au côté demande et peut choisir de participer à un marché ou d'en sortir et d'aller à un autre. Il ne doit pas exister de barrières à l'entrée d'un marché (qui empêche un individu d'entrer ou de sortir d'un marché).
5. la mobilité des facteurs de production: c'est-à-dire, le capital et le travail. Il faut que les facteurs de production soient disponibles et puissent naviguer d'un marché à un autre. Par exemple, cela dépend des degrés de formation des travailleurs: selon cette hypothèse, l'employé d'un magasin de voiture doit pouvoir travailler dans une boulangerie aussi.

Il ne faut pas qu'un pouvoir de marché puisse s'installer. Ces 5 conditions mènent aussi au prix d'équilibre. Cependant, ces 5 conditions peuvent aussi être critiquées et de nombreuses entreprises et politiques cherchent à les contourner.

D – Problèmes et critiques

On distingue 2 grands niveaux de critiques. Ces 5 conditions:

- ne sont pas réalistes. Ces hypothèses correspondent à des calculs mathématiques que l'on ne peut pas résoudre car il y a trop d'inconnues.
- elles correspondent à un idéal qui n'existe pas mais qui montre la voie à suivre.

On trouve aussi des critiques contre le modèle et qui parlent d'incohérences et de simplifications mises en cause, car, finalement, cette représentation ne décrit pas:

1. ni des comportements individuels: rationalité substantive, rationalité limitée, rationalité procédurale (rapport à l'environnement objectif, subjectif, au mode de décision). Le modèle

cherche à se construire à partir de comportements individuels, mais peut-on vraiment analyser ces comportements individuels?

2. ni des échanges marchands: coûts de transaction, opportunisme. Les individus ont besoin de satisfaire leurs besoins en échangeant mais, dans la procédure de marché, il n'y a pas d'échanges.
3. ni des processus de production: le choix de la quantité produite et de la technique de production contraint, égalisation du prix et coût marginal, problème avec l'existence de firmes (coûts de transaction, coordination hors marché). Sur la production et les choix de production, le modèle ne présente pas grand-chose.

Ces 3 ensembles peuvent être mis en danger par la rationalité (individuelle). Les individus sont capables de faire des choix, de hiérarchiser, etc. En terme des rationalité, H.SIMON a développé des théories sur les comportements rationnels. Pour prendre un décision, l'individu va les prendre selon des informations (environnement objectif) et des besoins (environnement subjectif).

	Rationalité substantive Approche walrasienne. On parle d'une rationalité en substance. Dès lors que l'individu a toute l'information, il peut choisir en substance sans se tromper.	Rationalité limitée	Rationalité procédurale
Environnement objectif	Information parfaite (hypothèse). L'individu se base sur les prix. L'information vise les prix, la quantité et la qualité.	Principe de l'information imparfaite: même si on avait toute l'information, un individu n'a pas les capacités de traiter toute l'information. De plus, les choix qui marchent supposent aussi que l'on peut prévoir à l'avance les conséquences, ce qui est impossible et relève plutôt de l'incertitude. On peut cependant faire des calculs de probabilité.	Principe de l'information imparfaite et de l'incertitude absolue (pas de probabilité, que des incertitudes) auxquelles s'ajoutent des actions qui peuvent modifier l'environnement objectif. Par exemple, la modification du taux de change pour le profit d'un certain nombre d'entreprises ou d'intervenants.
Environnement subjectif	L'individu peut définir ses besoins et les hiérarchiser. Ses préférences sont sensées être stables.	WILLIAMSON a parlé de l'opportunisme: c'est-à-dire, profiter de ses propres intérêts au détriment des autres. C'est une approche vers un autre système d'analyse en forme de coût de transaction. Possibilité d'asymétrie entre les individus si l'information est imparfaite, et qui peut conduire à des comportements qui sont contraires au fonctionnement du marché walrasien.	Principe du changement: « dans cette situation, voilà quelles étaient mes préférences mais dans tel autre environnement, mes préférences changent ». L'individu exprime ses préférences dans le cas d'une interaction avec d'autres individus: c'est la dimension collective.

		Certains individus peuvent profiter d'informations que d'autres n'ont pas. Ils peuvent donc en tirer avantage au détriment des autres.	
Mode de décision	Le mode de décision est basé sur le calcul, les avantages et le coût maximum.	Le mode de décision passe par le calcul.	Le mode de décision fait intervenir le calcul, l'adaptation et la routine. Derrière, on a aussi des phénomènes d'apprentissage et d'expérience.

Cependant, les calculs réalisés par la rationalité limitée et la rationalité procédurale ne prévoient pas les ruptures. Cependant, dès le début, dans le modèle walrasien, il n'y a qu'un seul modèle: la rationalité substantive.

COASE a mené l'analyse du coût de transaction. *Pourquoi les firmes existent-elles?* Cette question s'oppose à la pensée de Walras qui considèrerait qu'on pouvait passer d'un marché à un autre, donc sans avoir besoin de firmes.

Il faut engager des dépenses qui sont autre que le prix du bien (par exemple, les coûts de recherche). Les coûts de transaction résultent de négociation de contrat, de production, de livraison, etc. Dans l'univers de Walras, le producteur fournit du capital et du travail. Il faut donc trouver le personnel, mais cela prend du temps et donc de l'argent. COASE propose que, pour éviter ce renouvellement de transaction, se créent des firmes qui permettraient d'économiser les coûts de transaction. Mais, si on est une organisation permanente (ex: les entreprises), les échanges se font par coordination consciente: c'est ce que l'on appelle la procédure de marché (les transactions commerciales). On peut aussi se demander: *si créer des firmes permet d'économiser les coûts de transaction, pourquoi ne pas créer qu'une seule entreprise?* COASE oppose les coûts de transaction aux coûts d'organisation.

Si les coûts de transaction sont plus élevés, il faut faire \neq si les coûts d'organisation sont plus élevés, il faut faire faire.

Donc, si on essaie d'observer les modalités de transaction, on se rend compte que cela touche de nombreux modèles qui ne sont pas pris en compte chez Walras.

La notion d'opportunisme est décomposée en 2 définitions:

- la sélection adverse
 - le hasard moral
-) Ce sont 2 formes d'opportunisme

La **sélection adverse** concerne un problème qui peut survenir lors d'une transaction. Par exemple, lorsqu'on veut acheter une voiture d'occasion, le prix est sensé nous indiquer la qualité de la voiture. Mais on peut se tromper (se faire tromper aussi, par opportunisme). On fait un mauvais choix car le vendeur ou l'acheteur a masqué une information importante.

Il faut essayer de contrer cette asymétrie entre le vendeur et l'acheteur.

On parle de **hasard moral** lorsqu'on commande quelque chose, cela prend du temps, mais le résultat n'est pas conforme à la demande (par exemple, lorsqu'on veut refaire sa cuisine). **Comment faire face à ce type de problème?** En faisant appel à une expertise, mais on produit donc un coût. Ainsi, si on veut contrecarrer des comportements opportunistes, on engage des dépenses supplémentaires.

On parle aussi de relation des contrats. Tous le monde a des droits de propriétés. Si des actions sont déclenchées, elles créent un environnement. Il faut créer un espace de confiance avec des règles communes. Le marché des voitures d'occasion ne peut exister s'il n'y a pas un comportement régulier des vendeurs de voitures. Il n'y a pas d'échange marchand sans règle sinon il n'y a pas d'acheteurs, ni de vendeurs. Il faut créer un espace avec des règles communes pour permettre les transactions (même si on peut « jouer » avec ces règles: la concurrence).

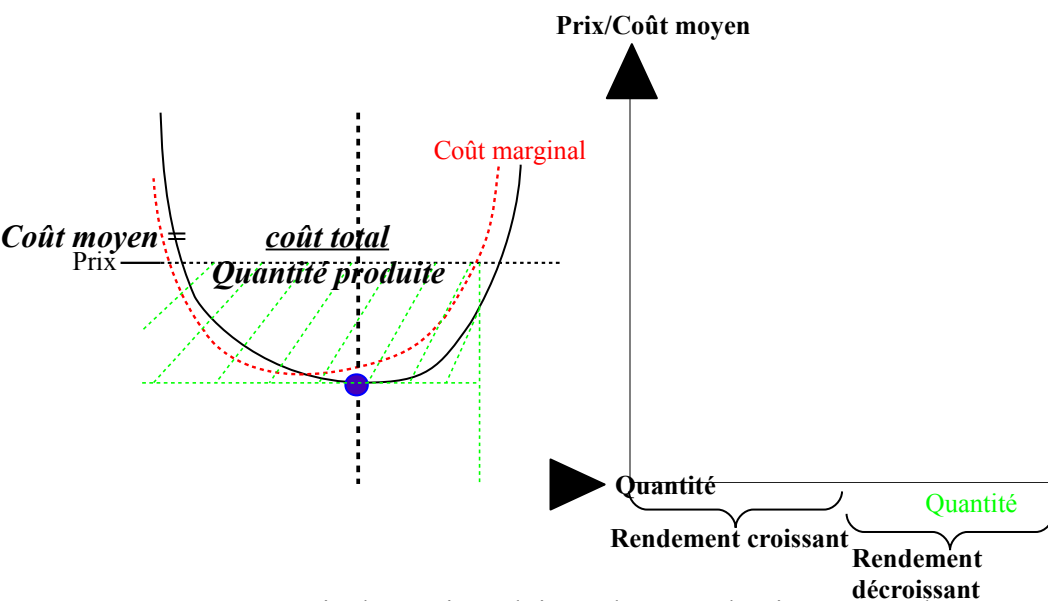
Concernant les processus de production: chez Walras, ils sont tellement modifiés qu'ils n'existent presque pas. On parle plutôt d'entrepreneurs.

Un individu (capable de définir ses besoins, des les hiérarchiser et qu'ils soient stables) sans revenu n'a pas d'existence sociale possible. *L'entrepreneur peut-il faire des choix libres?* Non: selon Walras, l'entrepreneur peut prendre des décisions sur le prix (selon la production et le bien); mais il est, en fait, fixé par la procédure de marché. Selon Walras, l'entrepreneur peut choisir les techniques de production selon le capital et le travail; mais en fait non car la recette (quantité vendue) dépend aussi de la dépense (coût de production, capital/travail) et inversement. Selon Walras, l'entrepreneur peut choisir les quantités qu'il peut produire; mais en fait non.

Pour une unité de bien, quelle est la recette (R)? $R = P(\text{Prix})$

Coût moyen (en fonction de la technique de production): l'entrepreneur doit choisir le coût moyen qui minimise les coûts de production.

Recette moyenne – coût moyen = profit moyen



Le coût marginal a été introduit par les néo-classiques: c'est le coût qu'il faut assumer pour produire une unité supplémentaire du bien. Les néo-classiques ont donc essayés de trouver une **quantité** à atteindre pour maximiser le profit.

Section 2: Des espaces de production et d'échanges

La différenciation se fait en terme de structure de marché, chez les néo-classiques. Elle fait intervenir 2 critères: le nombre d'offreurs et le nombre de demandeurs.

Si le nombre d'offreurs est important et si le nombre de demandeurs est important/multiple = situation de concurrence.

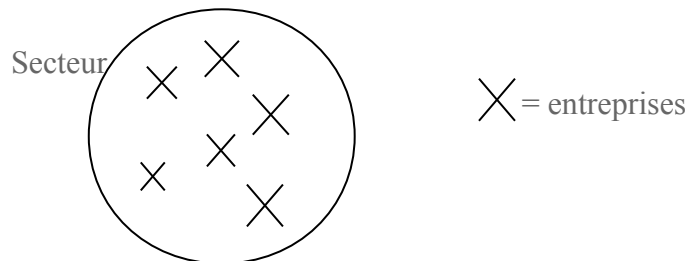
- Si il n'y a qu'un seul offreur mais de multiple demandeurs = **monopole**.
- Si il n'y a que 2 offeurs mais de multiple demandeurs = **duopole**.
- Si il n'y a qu'un petit nombre d'offeurs mais de multiple demandeurs = **oligopole**.

Secteur, filière, arène stratégique = ce sont 3 espaces d'interrelation entre firmes/acteurs. Les acteurs mènent des stratégies, qui ne sont pas toujours des stratégies d'affrontement (il y en a aussi d'entente, de coopération). Les ententes ne sont pas forcément effectuée pour contourner la loi mais aussi par nécessité.

A – Le secteur

M. Porter, un économiste américain, a développé le « secteur ». Le secteur « se définit comme un marché où sont proposées des prestations (référence à Porter) similaires ou proches par des entreprises concurrentes. Le secteur se définit aussi comme un ensemble d'entreprises pratiquant des métiers offrant suffisamment... ».

La 1ère hypothèse concernant le secteur touche à l'homogénéité du bien. En effet, dans le secteur, on part plutôt dans l'optique du besoin. Les biens sont peut-être différents mais ils satisferaient le même type de besoin. Dans le secteur, le besoin est plus ciblé. Les biens sont donc physiquement différents mais répondent au même besoin. Cependant, il n'existe pas de règles strictes pour définir un secteur.



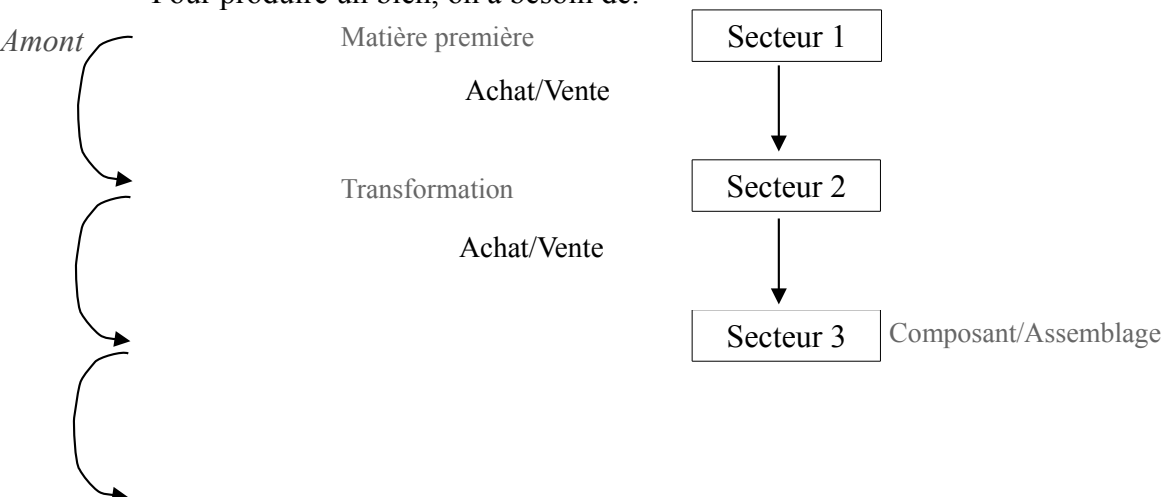
Un secteur peut être composé de plusieurs segments: les sous-secteurs. Cela est dû à un problème de clientèle, la clientèle est différenciée. Segmentation de la clientèle se fait selon les critères socio-économique de la clientèle. La différenciation est un élément central dans la stratégie des firmes car il permet de créer un monopole. Si on se différencie des autres auprès de la clientèle, on devient unique. Les segmentations relèvent donc de stratégies délibérées (ex: le champagne se différencie des autres vins).

Mais si il y a des rivalités possible, il y a aussi des coopérations. Car l'existence d'un secteur se construit par la mise en place de règles, de langues communes. En effet, pour avoir une clientèle, il faut d'abord savoir la capter, la canaliser. Il y a donc un intérêt commun pour créer un secteur mais aussi pour qu'il puisse perdurer (ex: Beaujolais nouveau: ce n'est pas un seul producteur mais une action collective). L'existence même d'un sous-secteur dépend de l'existence même du secteur, c'est pourquoi on trouve aussi de la coopération (!\ ce type de coopération est différente des cartels).

B – La filière

« La filière constitue un ensemble d'activités interdépendantes... ». La filière est définie par un enchainement de secteurs qui vont être interdépendant mais qui sont différents.

Pour produire un bien, on a besoin de:





Il y a donc une inter-dépendance entre les acteurs qui entraîne une coopération. De plus, pour avoir un produit final, il faut que les différents composants soient compatibles les uns avec les autres. Il doit y avoir une cohérence technique entre les différents producteurs. L'inter-dépendance est commerciale et financière: on a une clientèle finale qui entraîne un chiffre d'affaire et des profits. Le chiffre d'affaire et les profits de chacun des secteurs va dépendre du chiffre d'affaire et des profits générés grâce à la clientèle finale. Ce que chaque secteur fait n'est qu'une partie du chiffre d'affaire final. Mais, d'amont en aval, on observe aussi une relation de fournisseur à client (achat/vente). Le secteur en amont vend sa production au secteur en aval, etc. Le chiffre d'affaire et les profits de chacun des secteurs dépend du chiffre d'affaire final (ex: le chiffre d'affaire d'un producteur de batteries va dépendre du chiffre d'affaire final résultant de la vente de voitures). Donc, un secteur ne peut survivre que si les autres secteurs existent et survivent aussi. Il existe même des coopérations de soutien financier entre secteurs.

Cependant, cela ne veut pas dire qu'il n'existe pas de rivalités. En effet, les secteurs entretiennent une relation d'achat/vente. Le prix n'est pas donné par une procédure de marché (comme Walras pensait) mais par une négociation: il y a donc un rapport de force entre les secteurs. La coopération est donc nécessaire mais elle n'empêche pas la rivalité.

L'inter-dépendance peut mener à la formation de réseaux. Si on veut améliorer le produit, ou l'innover, l'innovation doit toucher tous les secteurs. L'inter-dépendance fait que l'innovation doit être partagée. Elle ne fonctionne pas si certains secteurs ne l'appliquent pas.

Pour la création de nouvelle voiture, l'idée de réseaux fonctionne: grâce à la participation de tous les secteurs, la création ne dure plus que 2 ans au lieu de 6 ans auparavant.

Dans la filière, il peut aussi y avoir des menaces et opportunités. Exemple d'opportunités: la prime à la casse (afin de développer la vente de voitures). Cette opportunité se situe en amont de la filière, avec les distributeurs. Or, cette mesure devrait avoir des effets d'entraînement pour une grosse partie de l'enchaînement. Ces opportunités peuvent aussi avoir des conséquences sur des secteurs situés à l'étranger: ex: les plans de relance et de prime à la casse lancés par Mitterrand et Chirac ont été plus bénéfiques à l'Allemagne qu'à la France.

La filière est définie une production finale qui répond à un besoin.

C – L'arène stratégique

C'est « l'ensemble des filières substituables... ». Il y a des secteurs différents, aussi appelés substituts. Ce sont des services qui substituent un même type de besoin mais de manière différente. Le degré possible de substitution dépend de facteurs qui créent des rivalités intenses. On a donc un champ beaucoup plus large de rivalité potentielle. On trouve aussi des filières complémentaires. Un bien complémentaire est utilisé/consommé à l'occasion de l'utilisation d'un autre bien. Les deux biens se complètent (ex: le magnétoscope et la cassette). Ainsi, certaines filières sont complémentaires, avec des intérêts communs.

Il existe des stratégies de redéploiement de grosses entreprises: ex: BSN (une entreprise qui travaille dans les services laitiers mais qui s'appelle Danone aujourd'hui); industrie du verre rencontrait des difficultés donc BSN a établie une stratégie de redéploiement et de rachat de firmes et d'entreprises de l'industrie du verre. Une entreprise peut donc passer du secteur des travaux publics au secteur de la télévision.

Mais la menace de substitut peut aussi se développer. Par exemple, la substitut au déplacement en avion (par les hommes d'affaires) peut être la vidéo-conférence.