

4.2 De l'efficacité à l'antitrust

4.2.1 L'équilibre judiciaire

Tandis que les autorités antitrust partaient en guerre contre les trusts, les tribunaux américains ont tenté de détourner le gouvernement des États-Unis de son insistance sur les entreprises de grande taille pour l'amener à considérer les avantages de cette grande taille et aussi pour limiter le pouvoir des autorités antitrust.

En 1911, au plus fort de la campagne de déconcentration des entreprises, la Cour suprême des États-Unis, dans l'affaire *American Tobacco*, a reconnu qu'elle s'intéressait non pas à « toute » entente ayant pour effet de restreindre les échanges, mais uniquement à celles qui entraînaient une restriction « induite »⁴⁸. La détermination du caractère indu suppose nécessairement l'examen des effets d'une mesure, lequel entraîne bien plus que le fait de se limiter à déterminer si une activité correspond exactement à ce qui est frappé d'interdiction.

La théorie économique de l'École de Chicago en matière antitrust est fondée sur cette conception individualiste. Les membres de cette École ont soutenu que la lutte antitrust n'avait pas pour objet le bien-être des petites entreprises et le contrôle du pouvoir, mais le bien-être des consommateurs par voie des prix.

La maximisation du surplus économique, qui est la somme du surplus des consommateurs et du surplus des producteurs, est le but avoué de la politique antitrust de l'École de Chicago⁴⁹.

4.2.2 L'École de Chicago

Les membres de l'École de Chicago ont reconnu l'objectif d'équité que visaient les mesures antitrust, mais ils ont soutenu que la recherche de l'efficacité était le meilleur moyen d'atteindre cet objectif.

L'École de Chicago propose, au lieu de s'attaquer directement aux questions d'équité comme celle de la puissance commerciale, de prêter attention aux prix. Au lieu de se concentrer sur la lutte entre les petites entreprises et les grandes, l'École de Chicago s'attache à la lutte entre producteurs et consommateurs. Pour les producteurs, les profits sont ce qui importe le plus, tandis que pour les consommateurs, les prix sont la principale préoccupation. Les producteurs souhaitent voir croître les profits, tandis que les consommateurs espèrent les voir diminuer.

⁴⁸ *U.S. v. American Tobacco*, 221. U.S. 106, 179, 1911.

⁴⁹ Hovenkamp, « Chicago and Its Alternatives », *Duke Law Journal*, 1986, p. 1018.