

Japonais. Ils sont plutôt le reflet de libertés différentes, à savoir la liberté de conclure des marchés, de s'associer et de faire partie de sa propre équipe<sup>96</sup>. Les *keiretsu* renoncent aux économies possibles à court terme que pourraient leur procurer des sources d'approvisionnement extérieures (non *keiretsu*) par égard pour la relation de groupe. Cette relation permet de réaliser des économies sous forme du coût réduit des opérations attribuable à l'information incomplète. Les *keiretsu* s'approvisionnent au sein du groupe, à moins qu'une source externe n'offre la possibilité de réaliser des économies suffisantes pour compenser toute conséquence du point de vue de la relation<sup>97</sup>. Les principes économiques en jeu sont les mêmes. Toutefois, l'importance des relations au Japon concourt à empêcher les entreprises de faire reposer leurs décisions uniquement sur les prix. Au Japon, cette forme d'approvisionnement interne n'est pas véritablement de la collusion. Elle représente le refus de décider uniquement en fonction des prix.

Ceux qui s'opposent au caractère « fermé » du marché japonais qualifient d'anticoncurrentielles les relations entre les groupements *keiretsu*. Or, non seulement ces structures permettent-elles une grande concurrence, mais elles sont une condition préalable à la concurrence. Les entreprises japonaises de type non *keiretsu* réussissent parce que leurs propres relations et leurs perspectives à long terme leur permettent de renoncer à des profits pour entrer sur le marché.

Les entreprises étrangères, dont le mobile est la recherche de profits à court terme, ne peuvent justifier l'investissement nécessaire pour tenir le coup et se résignent à ne pas entrer sur le marché. En s'excluant de la sorte, elles privent le marché japonais des effets positifs que leur entrée sur le marché pourrait avoir sur la concurrence. Cependant, comme cette perte est bien compensée par une vive concurrence sur le marché intérieur, certains ont soutenu que, pour les consommateurs, les prix résultants sont relativement les mêmes, qu'il s'agisse d'un marché « fermé » de *keiretsu* ou d'un marché « libre ». Pour le consommateur, il y a peu de différence entre une structure industrielle qui favorise la concurrence entre un

---

emprunts auprès des institutions financières du groupe; l'habitude de chaque entreprise de s'approvisionner auprès des autres entreprises du groupe. Voir aussi, Sharma, I. Prakash, « Japan Trading Corp.: Getting the Fundamentals Right », *Document du Groupe des politiques*, n° 93/16, Ottawa, ministère des Affaires étrangères et du Commerce international, décembre 1993, p. 22-27.

<sup>96</sup> Razin, Ely, « Are the *Keiretsu* Anticompetitive? Look to the Law », *North Carolina Journal of International and Commercial Regulation*, vol. 18, n° 351, 1993.

<sup>97</sup> Selon Dore, *op. cit.*, p.372 : Il serait étonnant que les gains d'efficacité attribuables à ces arrangements-clients — résultant d'une confiance accrue, d'une plus grande coopération stimulée par l'attente d'une réciprocité informelle, des économies réalisés en l'absence de recours judiciaires, etc. — ne compensent pas toute perte de bien-être pouvant résulter d'une allocation sous-optimale des ressources.