

études. On assistera à une sélection défavorable aussi bien qu'à des problèmes de risque moral sur le marché pour les intermédiaires. On relèvera peut-être aussi des exemples d'emprise sur le marché : à cause des économies d'échelle de l'information, les intermédiaires importants peuvent avoir un avantage, ils disposeront de grands réseaux et auront aussi plus à perdre si leur réputation est ternie. Par ailleurs, le marché pour les intermédiaires peut dans certains cas être assez étroit [voir Emran et Shipi (2002)]. Les intermédiaires n'existeront pas à moins que la demande de leurs services soit assez forte pour couvrir leurs coûts fixes, mais il n'y aura pas de demande si des exportateurs et des investisseurs n'affluent pas sur le nouveau marché. Toutes ces questions devront être étudiées dans l'avenir.

Ces possibilités théoriques (qui n'ont pas encore fait l'objet d'études approfondies) suggèrent que le marché ne sera pas idéal pour l'intermédiation. De plus, cette situation va dans le sens de l'affirmation de Rauch (2001) selon laquelle le fait que les réseaux sociaux et d'affaires font augmenter le commerce prouve que les intermédiaires ne fournissent pas des services parfaits. Cependant, à cause des lacunes relevées précédemment dans les études tant théoriques qu'empiriques, les arguments pour justifier que le gouvernement fournisse des services adaptés à chaque entreprise pour faciliter leur entrée sur les marchés étrangers ont peu de poids. L'activité du gouvernement peut aider certaines entreprises à entrer sur les marchés étrangers, mais elle peut aussi évincer des intermédiaires qui fournissent le même service à d'autres entreprises, comme l'indique la figure 3.

Supposons deux intermédiaires appelés 1 et 2, qui ont respectivement les courbes AC_1 et AC_2 de coût moyen décroissant. Leurs services seront des substituts différenciés, ils exerceraient donc un monopole. Les demandes de services émanent de D_1 et D_2 . Ces courbes de demande sont interdépendantes, donc une baisse du prix demandé par l'intermédiaire 1 fera ralentir la demande de services de l'intermédiaire 2. Initialement, supposons que le prix demandé par l'intermédiaire 1 est p_0 et que la quantité de services fournis est x_1^0 . L'intermédiaire 2 vend aussi des services puisque sa demande D_2^0 est assez forte pour couvrir ses coûts moyens.