

Chapitre 2 - Politique de la concurrence en Europe

EXTRAIT DU PROGRAMME : 4. Politique économique : politiques économiques en Europe

PLAN DU COURS

I. INTRODUCTION

II. DEFINITIONS

III. CADRE JURIDIQUE ET INSTITUTIONNEL

A. UN RAPIDE HISTORIQUE DES LOIS

1. UNE REGULATION AMERICAINE PRECOCE DE LA CONCURRENCE
2. UN CADRE PLUS TARDIF EN EUROPE
3. EN FRANCE

B. LE CADRE INSTITUTIONNEL

IV. OBJECTIFS DE LA POLITIQUE DE LA CONCURRENCE ET CONCURRENCE IMPARFAITE

A. QUELLE CONCURRENCE DOIT-ON FAVORISER ?

B. SITUATIONS DE CONCURRENCE IMPARFAITE ET POLITIQUE DE LA CONCURRENCE

1. CAUSES POSSIBLES DE CONCURRENCE IMPARFAITE : BARRIERES A L'ENTREE DU MARCHE
2. LES SITUATIONS DE CONCURRENCE IMPARFAITE NE NUISENT PAS TOUTES A LA CONCURRENCE

V. FORMES DE RESTRICTION DE LA CONCURRENCE

A. RESTRICTIONS HORIZONTALES : LES ENTENTES

B. RESTRICTIONS VERTICALES

C. ABUS DE POSITION DOMINANTE

D. CONCENTRATIONS/FUSIONS

E. AIDES D'ÉTATS

VI. MOYENS D' ACTIONS DE LA POLITIQUE DE LA CONCURRENCE

A. INSTRUMENTS PREVENTIFS ET DE DETECTION

B. INSTRUMENTS REPRESSIFS ET DE CORRECTION

C. INSTRUMENTS INCITATIFS

D. QUELLE EFFICACITE DES INSTRUMENTS ?

TRAVAIL PERSONNEL

MOTS CLES A DEFINIR : concurrence, cartels/ententes, monopoles, monopoles naturels, marchés pertinents, restrictions verticales, concentrations/fusion, abus de position dominante, Autorité de la concurrence, théorie des facilités essentielles, règle d'Areeda et Turner (1975), programme de clémence.

THEORIES/AUTEURS A CONNAITRE : Jean Tirole (2016)^{***}, Joseph Brodley (1987)^{***}, Joseph Schumpeter (1942)^{***}, Léon Walras, Nicolas Curien (1991)^{***}, William Baumol, John Panzar et Robert Willig (1982)^{***}, Albert Tucker (1950)^{***}, Joseph Spengler (1950), Patrick Bolton et al. (2000), Patrick Rey et Jean Tirole (1997), Joseph Farrell et Carl Shapiro (1990), Oliver Williamson (1968), Gary Becker, John Haltiwanger et Joseph Harrington (1991), Souty (2007), Massimo Motta et Michele Polo (2002).

QUELQUES SUJETS POUR S'ENTRAINER / REFLECHIR :

- ◆ La concurrence est-elle toujours souhaitable ?
- ◆ Quelle politique de la concurrence en Europe ?
- ◆ La concurrence stimule-t-elle l'innovation ?
- ◆ La politique de la concurrence en Europe est-elle efficace ?
- ◆ Faut-il interdire les situations de concurrence imparfaite ?
- ◆ La défense de la concurrence doit-elle être une préoccupation des politiques publiques ? [Sujet ENS 2023]

DOCUMENT N°1 : En 10 ans, l’Autorité de la concurrence a bousculé le paysage économique français.

L'Autorité, qui fête ses dix ans ce mardi, a réussi à faire très nettement progresser la notion de concurrence en France. Préserver l'accès au marché dans l'économie numérique est son prochain grand défi.

« *Vous, vous êtes contre les ententes, et moi, je les organise.* » Cette phrase d'Arnaud Montebourg, alors ministre du Redressement productif de François Hollande en 2014, adressée à Bruno Lasserre, l'ancien président de l'Autorité de la concurrence, résume bien la défiance d'une partie de la classe politique française et parfois de l'opinion pour la notion de concurrence. « *Nous risquons de détruire le producteur par excès d'amour du consommateur... La concurrence, ce n'est pas une politique, c'est l'absence de politique même* », poursuivait Arnaud Montebourg dans le même discours.

Défense du consommateur

Le débat entre défense du consommateur et protection des producteurs est toujours aussi vif aujourd'hui mais il faut reconnaître que l'Autorité de la concurrence, qui fête ses dix ans ce mardi, a réussi en une décennie à introduire davantage de compétition dans des secteurs qui étaient loin de satisfaire toutes les règles de la libre concurrence.

Certaines décisions ont ainsi marqué des domaines d'activité très variés. A commencer par l'amende de 384,9 millions d'euros prononcée à l'encontre du secteur bancaire en 2010 pour des frais de commissions indus sur les chèques lors du passage à la dématérialisation.

Dans la lutte contre les pratiques anticoncurrentielles, qui n'est qu'un des volets de l'action de l'Autorité de la concurrence, on peut rappeler aussi l'amende de près de 370 millions d'euros prononcée en 2011 contre le « cartel des lessives » (Henkel, Procter & Gamble et Colgate Palmolive) qui s'était entendu pendant près de six ans sur les prix de leurs produits respectifs. La distribution et les produits de grande consommation sont le secteur qui a été le plus sanctionné depuis dix ans.

Le record en termes d'amende est d'ailleurs détenu par des fabricants de produits d'hygiène et d'entretien (Unilever, Procter & Gamble et Henkel en faisaient encore partie), qui ont écopé en 2014 de deux sanctions dont le total cumulé atteignait près d'un milliard d'euros.

Contrôle des concentrations

L'Autorité de la concurrence a pour autre mission de contrôler les opérations de concentration à partir d'un certain seuil de chiffres d'affaires (150 millions d'euros au niveau mondial pour l'ensemble des parties, et 50 millions en France réalisés individuellement par au moins deux parties à l'opération) pour éviter la formation de monopole.

C'est le point le plus controversé de son action car l'Autorité a souvent été accusée d'affaiblir, par ses décisions, certaines grandes entreprises et de les empêcher de devenir des champions internationaux. Il faut pourtant relativiser ce point car sur les 1 997 décisions rendues sur des opérations de concentration, seuls 4 % des dossiers ont reçu des autorisations sous conditions. Toutes les autres ont été autorisées sans condition préalable. Et aucune n'a été rejetée.

Effets de réseau

Cette partie de l'activité n'en reste pas moins délicate et le devient de plus en plus avec le développement de l'économie numérique. La notion de marché s'en trouve largement impactée, ce qui a poussé l'Autorité à faire évoluer son appréciation lors du rachat de Darty par la FNAC en 2016. Les ventes effectuées sur

Internet ont été intégrées pour la première fois aux ventes réalisées en magasin. Le rachat a bien été autorisé mais en contrepartie de cessions de magasins.

Au-delà de la notion de marché, l'abus de position dominante se pose aussi avec plus d'acuité face à des géants du numérique dont les effets de réseau peuvent rapidement bloquer la concurrence.

Le tableau ne serait pas complet sans évoquer le travail d'auto-saisine de l'Autorité dont les avis ont souvent inspiré la législation. Son travail sur le transport par autocar en 2014 et celui sur les professions réglementées de 2015 (notaires, notamment) ont largement contribué à la loi Macron votée la même année. [Plus récemment, en 2023, l'Autorité s'est autosaisie pour avis en vue d'analyser le fonctionnement concurrentiel du secteur des infrastructures de recharge pour véhicules électriques.]

Source : Marie Bellan, Les Echos, 2019.

Questions

1. Identifiez les pratiques anticoncurrentielles qui ont donné lieu à une intervention de l'Autorité de la concurrence.
2. Identifiez les critiques faites à l'encontre de l'Autorité de la concurrence.
3. Selon vous, dans quelle mesure ces critiques sont-elles justifiées ?
4. Expliquez l'impact du numérique sur l'action de l'Autorité de la concurrence.

DOCUMENT N°2 : Le rachat par Amazon de MGM

L'entreprise américaine Amazon a annoncé jeudi dernier avoir finalisé l'acquisition du studio américain Metro Goldwyn Mayer (MGM) pour 8,45 milliards de dollars (environ 7 milliards d'euros). Annoncé en mai 2021, ce rachat était conditionné à l'accord de plusieurs régulateurs, dont la Commission européenne, qui a pour mission d'apprécier les fusions et les acquisitions entre entreprises dont le chiffre d'affaires dépasse certains seuils. Elle a autorisé le 15 mars 2022 cette opération, estimant qu'elle « *ne poserait aucun problème de concurrence* » sur le territoire européen. L'autorité américaine de la concurrence, la FTC, avait jusqu'au 15 mars pour s'opposer au rachat, ce qu'elle n'a pas fait, validant ainsi l'acquisition.

Question

1. Identifiez les autorités en charge d'analyser les projets de fusion.

DOCUMENT N°3 : La contestabilité des marchés

Il faut également passer d'une politique de la concurrence statique, c'est-à-dire une politique basée sur l'étude des prix et des parts de marché, à une politique de la concurrence beaucoup plus dynamique, ce qui suppose de prendre en compte et de garantir la libre entrée et sortie des entreprises sur le marché dans le futur.

Il faut également réactiver la notion de marché contestable qu'on doit à William Baumol, John Panzar et Robert Willig. Un marché contestable est un marché sur lequel toute augmentation des prix de l'entreprise

en monopole provoque l'entrée d'un concurrent sur le marché. Parmi les conditions de la contestabilité figure la possibilité pour l'entreprise qui est entrée de ressortir facilement, sans supporter de coût irrécupérable (« *sunk costs* »). Il faut s'assurer que n'importe quel acteur économique puisse entrer et sortir librement du marché sans rencontrer de barrières. À tort, on néglige la question de savoir si une fusion va inhiber l'entrée future d'acteurs sur le marché. On regarde essentiellement la question des parts de marché ce qui n'est pas suffisant. Pour prendre un exemple, lorsque Alstom et Siemens ont voulu fusionner, la Commission européenne a refusé, au motif que leur part de marché serait trop importante. Pourtant il s'agit d'un marché contestable. Répondre à la question de savoir s'il y a entrée et sortie potentielle sur un marché donné et donc beaucoup plus important que la simple étude des parts de marché. Soulignons également la notion de monopole naturel. Une entreprise peut très bien être en situation de monopole tandis que le marché reste contestable. La notion d'entrée et de sortie dynamique doit primer sur l'idée de parts de marché et les indices qui mesurent la concentration du marché.

Source : Interview basé sur le « Pouvoir de la destruction créatrice » de Philippe Aghion et Céline Antonin, 2020.

Questions

1. Expliquez ce qu'est un « marché contestable ». Que pensez-vous du recours à la politique de la concurrence dans le cas d'un marché contestable ?
2. En déduire l'impact de la prise en compte de ce concept sur le projet de fusion entre Alstom et Siemens, rejeté par la Commission européenne.

DOCUMENT N°4 : Le cartel des fabricants de produits d'hygiène et d'entretien

**Décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-D-19
du 18 décembre 2014 relative à des pratiques mises en œuvre
dans le secteur des produits d'entretien et des insecticides
et dans le secteur des produits d'hygiène et de soins pour le corps**

Le 18 décembre 2014, l'Autorité de la concurrence a rendu une décision par laquelle elle sanctionne, à hauteur respectivement de 345 242 000 millions d'euros et de 605 977 000 millions d'euros, deux ententes - l'une entre fabricants de produits d'entretien, l'autre entre fabricants de produits d'hygiène - ayant consisté entre 2003 et début 2006 pour chacun des marchés concernés, à coordonner en France leur politique commerciale auprès de la grande distribution, et en particulier à se concerter sur les hausses de prix :

- une première entente sur le marché de l'approvisionnement de la grande distribution en produits d'entretien, à laquelle ont participé, chacune à leur mesure, les entreprises Colgate-Palmolive, Henkel, Unilever, Procter & Gamble, Reckitt Benckiser, Sara Lee, SC Johnson et Bolton Solitaire ;
- une seconde entente sur le marché de l'approvisionnement de la grande distribution en produits d'hygiène, à laquelle ont participé, chacune à leur mesure, les entreprises Colgate-Palmolive, Henkel, Unilever, Procter & Gamble, Reckitt Benckiser, Sara Lee, Laboratoires Vendôme, Gillette, L'Oréal, Beiersdorf et Vania.

Une affaire révélée grâce au programme de clémence
L'affaire a été portée à la connaissance de l'Autorité de la concurrence en janvier 2006 et juillet 2008 par SC Johnson, Colgate-Palmolive et Henkel qui ont sollicité le bénéfice de la clémence. La procédure de clémence permet aux entreprises qui participent ou ont participé à une entente d'en révéler l'existence à l'Autorité et d'obtenir, sous certaines conditions, le bénéfice d'une exonération totale ou partielle de sanction pécuniaire, en fonction notamment de leur rang d'arrivée à l'Autorité.

Les opérations de visite et de saisie réalisées en France en février et juin 2006 ont permis de réunir de nombreuses preuves de ces ententes et ont été complétées par une instruction approfondie.

Les secteurs des produits d'hygiène et d'entretien
Les produits d'entretien et les produits d'hygiène occupent une place importante dans les dépenses des consommateurs français. Il s'agit notamment, en ce qui concerne les produits d'entretien, des lessives et assouplissants pour le linge, des nettoyants pour le sol et les vitres, des produits de lavage pour la vaisselle à la main ou en machine, des désodorisants et insecticides, et, en ce qui concerne les produits d'hygiène, des dentifrices, déodorants, gels douches, produits d'hygiène féminine, rasoirs manuels, maquillages, shampoings, etc.

Du point de vue de l'offre, les marchés de l'approvisionnement en produits d'hygiène et en produits d'entretien étaient caractérisés, entre 2003 et 2006, par la présence d'un nombre limité de grandes entreprises, disposant de parts de marchés élevées et stables, en raison notamment de fortes barrières à l'entrée.

Du point de vue de la demande, il existait également une forte concentration permettant aux distributeurs de disposer d'un pouvoir de négociation dans leurs relations avec les fournisseurs. Néanmoins, ce pouvoir de négociation était limité par la position des fournisseurs qui disposaient aussi d'une forte puissance de marché et vendaient des produits de marque bénéficiant d'une forte notoriété auprès du consommateur final.

L'évolution du contexte juridique
À partir de 1996 et jusqu'au début de l'année 2003, les relations commerciales entre les fournisseurs et les distributeurs étaient organisées par la loi du 1^{er} juillet 1996 dite « loi Galland » qui avait redéfini le seuil de revente à perte, c'est-à-dire le prix minimal auquel le distributeur peut revendre ses produits, comme le prix net facturé par le fournisseur. Cette définition du seuil de revente à perte, combinée au principe de non-discrimination tarifaire, avait conduit à une grande transparence tarifaire et à la hausse des prix de détail. Un équilibre tacite unissait alors les fournisseurs et les distributeurs. Pour y remédier et faire baisser les prix de vente aux consommateurs, les pouvoirs publics ont adopté une succession de réformes du cadre juridique. Ainsi, la circulaire Dutreil du 16 mai 2003, l'engagement pour une baisse durable des prix à la consommation du 17 juin 2004 et la loi Dutreil du 2 août 2005 ont introduit davantage d'incertitude dans les relations entre fournisseurs et distributeurs afin d'animer la concurrence en prix.

C'est dans ce contexte que les principaux fournisseurs de produits d'hygiène et d'entretien ont organisé, dans leur secteur respectif, une entente pour maintenir leur rentabilité. C'est par un accord délibéré de s'adapter aux initiatives Dutreil et Sarkozy que les entreprises sont passées de l'équilibre tacite à la collusion explicite : cette dernière avait pour objectif de préserver et de prolonger le premier pour maintenir la rentabilité sur laquelle les initiatives publiques risquaient d'exercer une pression non désirée.

Des ententes secrètes
Dans chaque secteur, les fournisseurs de produits d'entretien et de produits d'hygiène se rencontraient régulièrement et secrètement pour discuter de leur politique tarifaire. La concertation avait lieu du sein de plusieurs cercles dénommés « Team » ou « des Amis » qui rassemblaient les directeurs commerciaux ou les responsables des ventes des fabricants. Les représentants des entreprises se réunissaient dans des restaurants et s'échangeaient, pour certains, des correspondances à leur domicile privé. Ces échanges étaient complétés par des contacts bilatéraux ou pluriilatéraux, notamment téléphoniques, qui permettaient aux entreprises de compléter et de consolider les échanges organisés dans les différents cercles.

Des concertations sur les prix
Les ententes visaient à diminuer l'incertitude inhérente à toute négociation commerciale, par des échanges d'informations stratégiques ou des actes de coopération plus poussés. Elles ont donné lieu à des échanges fréquents de données précises, individualisées et stratégiques couvrant les principaux paramètres de fixation du futur prix triple net, c'est-à-dire le prix de cession des produits, déduction faite des remises sur facture et du montant acquitté pour les services de coopération commerciale. Ces échanges avaient lieu avant que le prix triple net ne soit fixé par le jeu de la négociation entre fournisseurs et distributeurs et se sont matérialisés par des annonces sur les évolutions des tarifs futurs et les dérivés futures (la dérive étant l'évolution de la rémunération des services de coopération commerciale). Ces pratiques se sont accompagnées d'échanges sur des données extrêmement récentes (tarifs, opérations promotionnelles, déroulement des négociations) et sur les chiffres d'affaires ou les conditions générales de vente, qui permettaient notamment de contrôler d'éventuelles déviations d'un participant à l'entente.

Les ententes ont modifié, au profit des fournisseurs, le déroulement normal des négociations avec les distributeurs et ont permis de maintenir le prix négocié à un niveau artificiellement élevé, ce qui s'est répercuté sur les prix de vente aux consommateurs.

À titre d'exemple, lors des négociations commerciales pour l'année 2006, la plupart des participants aux ententes dans le secteur de l'hygiène et celui de l'entretien ont passé des hausses tarifaires très importantes, de l'ordre de 4 à 6 %, proches de celle annoncée initialement par l'un des participants aux ententes.

Des sanctions proportionnées à la gravité des faits, à l'importance du dommage causé à l'économie et à la situation de chacune des entreprises sanctionnées
Conformément à l'article L. 464-2 du code de commerce, tel que précisé par le communiqué du 16 mai 2011 relatif à la méthode de détermination des sanctions, l'Autorité a tout d'abord déterminé le montant de base de la sanction pécuniaire : l'assiette de celle-ci est le chiffre d'affaires réalisé par l'ensemble des entreprises du fait de la commercialisation en France, aux enseignes de la grande distribution, des produits des secteurs de l'hygiène et de l'entretien. Ont cependant été déduites de ce montant les ventes des lessives universelles déjà prises en compte dans une précédente décision de l'Autorité qui a condamné conjointement et solidairement les entreprises Henkel France SA et Henkel AG & Co. KGaA, Procter & Gamble France SAS, Procter & Gamble Holding France SAS et The Procter & Gamble Company et Colgate Palmolive Services SA ainsi que Colgate Palmolive Company pour entente sur les prix (voir décision n° 11-D-17 du 8 décembre 2011 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des lessives en France, entièrement confirmée par un arrêt devenu définitif de la cour d'appel de Paris en date du 30 janvier 2014).

L'Autorité a sanctionné des infractions d'une nature particulière, eu égard non seulement à leur nature d'ententes secrètes mais aussi compte tenu de leur objet même, les ententes visant à se coordonner sur les principaux paramètres de la négociation commerciale, et en particulier sur les évolutions tarifaires.

L'Autorité a aussi relevé que ces ententes avaient causé un dommage certain à l'économie, compte tenu notamment de leur ampleur nationale, des caractéristiques des marchés en cause et des effets qu'elles ont engendrés sur les consommateurs finaux.

Le montant de base de la sanction a ensuite été adapté pour prendre en considération la participation individuelle des entreprises aux ententes ainsi que les éléments propres au comportement et à la situation individuelle de chaque entreprise. L'Autorité a notamment retenu que Colgate-Palmolive avait joué un rôle particulièrement actif dans la commission des ententes et que la plupart des entreprises appartenaient à un groupe disposant d'une taille, d'une puissance économique et de ressources globales importantes.

Les entreprises SC Johnson, Colgate-Palmolive et Henkel ont bénéficié d'une réduction de sanction au titre du programme de clémence comprise entre 100 % et 25 %. Les sociétés appartenant aux groupes Unilever, Johnson & Johnson, SCA Tissue, Henkel, Reckitt Benckiser, Colgate-Palmolive, Procter & Gamble et Beiersdorf, qui n'ont pas contesté les faits, ont bénéficié d'une réduction de sanction de 16 à 18 % dans le cadre de la procédure de non-contestation des griefs.

L'Autorité a infligé les sanctions pécuniaires suivantes :

• Dans le secteur de l'entretien

Groupe	Sanction finale
Colgate-Palmolive	46 736 000 €
Henkel	59 105 000 €
Reckitt Benckiser	108 273 000 €
Unilever	70 522 000 €
Procter & Gamble	39 830 000 €
Hillshire Brands Company	12 873 000 €, Colgate-Palmolive étant solidairement responsable à hauteur de 10 556 000 euros
Bolton Manitoba	7 903 000 €
Total	345 242 000 €

• Dans le secteur de l'hygiène

Groupe	Sanction finale
Henkel	50 062 000 €
Reckitt Benckiser	12 700 000 €
Unilever	102 022 000 €
Procter & Gamble	39 109 000 €
Hillshire Brands Company	12 390 000 €, Colgate-Palmolive étant solidairement responsable à hauteur de 10 160 000 euros
Johnson & Johnson	8 130 000 €
Procter & Gamble	74 923 000 €
L'Oréal	189 494 000 €
Beiersdorf	72 113 000 €
SCA Tissue	45 034 000 €, Johnson & Johnson étant solidairement responsables à hauteur de 43 862 000 €
Total	605 977 000 €

Le texte intégral de la décision de l'Autorité de la concurrence est accessible sur le site www.autoritedelaconcurrence.fr.

Certaines des entreprises concernées ont d'ores et déjà décidé de faire appel.

DOCUMENT N°5 : EDF écope d'une amende de 300 millions d'euros pour abus de position dominante

ÉNERGIE

Claude Fouquet
@ClaudeFP

Les mauvaises nouvelles continuent d'affluer pour EDF. Mardi, l'Autorité de la concurrence a ainsi indiqué avoir infligé une sanction de 300 millions d'euros à l'électricien et à plusieurs de ses filiales.

En cause : l'exploitation abusive de certaines données de ses clients éligibles aux tarifs réglementés de l'électricité ces dernières années. Suite à une plainte de son concurrent Engie, l'Autorité de la concurrence a établi qu'EDF a exploité les fichiers à sa disposition dans le cadre de sa mission de service public de fourniture d'électricité pour proposer aux consommateurs des offres de marché en gaz, en électricité et d'autres services énergétiques entre 2004 et 2021. Une manière pour l'ancien monopole de mieux résister dans le cadre de l'ouverture à la concurrence des marchés de l'énergie.

Maintenir ses parts de marché

L'essentiel des faits remontent à avant 2016, lors de l'ouverture à la concurrence du vaste marché des entreprises, avec la disparition des tarifs réglementés « jaune » et « vert » qui leur étaient réservés. Pour protéger ses parts de marché historiques, EDF a « utilisé son infrastructure commerciale dédiée aux tarifs réglementés », pointe l'Autorité de la concurrence. Elle estime que « l'utilisation de ces données a permis à EDF de détecter les besoins des clients en matière de fourniture de gaz et de services énergétiques et de leur proposer des offres en complément de la fourniture d'électricité. »

« En utilisant les moyens humains et techniques liés aux tarifs réglementés, EDF a bénéficié d'un avantage concurrentiel non reproductible pour ses concurrents », tranche l'Autorité de la concurrence pour qui ces pratiques ont « retardé le développement de fournisseurs alternatifs ».



EDF se voit reprocher l'exploitation abusive de certaines données de ses clients, mais aussi de son réseau commercial.

De fait, si le marché de la fourniture d'électricité aux particuliers s'est ouvert à la concurrence dès 2007, les fournisseurs alternatifs à EDF, TotalEnergies, Eni, Engie et autres Vattenfall y revendiquent une part de marché encore limitée à 30 %. Sur le marché des clients non résidentiels, leur percée est plus forte, avec une part de marché de l'ordre de 53 %.

Face à ces griefs, EDF qui ne conteste pas les faits a choisi un règlement de l'affaire à l'amiable. Le montant de 300 millions d'euros a donc été négocié avec l'Autorité de la concurrence et il est par ailleurs « provisionné dans les comptes 2021 », indique EDF.

Pour s'assurer d'un terrain de jeu plus équitable à l'avenir, l'Autorité de la con-

currency a aussi demandé à EDF de revoir ses pratiques. Le groupe devra mettre à disposition de ses concurrents les données de ses clients particuliers qui bénéficient du tarif réglementé. Par ailleurs, il devra séparer les parcours de souscription de ses offres de marché de celles qui sont régulées. « Tout cela est déjà en place », assure le groupe public. ■

Source : Les Echos, février 2022.

Questions

1. En quoi consiste un abus de position dominante ?
2. Expliquez pourquoi cette pratique relève d'une pratique anticoncurrentielle sanctionnée par l'autorité de la concurrence.
3. Indiquez les sanctions prises à l'encontre d'EDF par l'Autorité de la concurrence.

DOCUMENT N°6 : La transition écologique et les aides d'Etats

Pour réussir sa transition énergétique, l'UE a besoin « *d'un volume très important d'investissements privés* », affirmait mercredi dernier la Commission européenne. En créant une taxonomie européenne, elle espère inciter les investisseurs privés à réorienter leurs capitaux dans les activités qu'elle juge durables. Dans une étude publiée en juillet, la société de conseil McKinsey jugeait possible d'atteindre la neutralité carbone en 2050, soit l'équilibre entre les émissions de CO2 et leur élimination de l'atmosphère, à condition d'investir chaque année près de 1 000 milliards d'euros. Elle affirmait que la moitié de ces investissements ne seraient pas rentables et devraient donc être « couverts par des financements publics ». Pour les favoriser, la Commission européenne a adopté en janvier 2022 une révision des aides d'Etat.

Ils ont dès à présent le droit de soutenir « *toutes les technologies* » liées aux énergies renouvelables, aux mesures d'efficacité énergétique et à la mobilité propre. En revanche, ils ne pourront plus d'ici 2024 subventionner « *les combustibles fossiles les plus polluants* ». La Commission européenne a approuvé mercredi dernier un texte qui inclut « *certaines activités des secteurs du gaz et du nucléaire* » dans la taxonomie européenne pour les activités durables, soit la classification des activités économiques ayant un impact favorable dans la lutte contre le changement climatique. [...]

La Commission européenne estime que les activités retenues « *permettent de délaisser plus rapidement des activités plus polluantes, telles que les centrales à charbon* ». L'objectif de la taxonomie est d'orienter les investisseurs vers « *des projets et des activités économiques ayant une incidence positive notable sur le climat et l'environnement* », selon la Commission européenne.

Questions

1. Qu'est-ce qu'une taxonomie ?
2. Justifiez la décision de la Commission européenne relative à la révision des aides d'Etat.
3. Que pensez-vous de la taxonomie européenne proposée pour les énergies renouvelables.

DOCUMENT N°7 : La question des entreprises géantes du numérique

La concurrence stimule l'innovation dans les entreprises à la frontière technologique, elles innovent pour échapper à leurs concurrents ; mais la concurrence a un effet de découragement sur les entreprises éloignées de la frontière. Cependant, nous nous sommes rendus compte au cours des dernières décennies que la croissance avait faibli aux États-Unis malgré la révolution de l'intelligence artificielle et celle des technologies de l'information et de la communication. C'est l'énigme de la stagnation séculaire. L'explication la plus plausible est qu'à la faveur de la révolution des technologies de l'information et de communication se sont développées des grandes entreprises comme les GAFAM.

Au début, cela a dopé la croissance, mais ensuite, lorsque ces entreprises sont devenues hégémoniques grâce à des fusions-acquisitions sans limite, elles ont fini par inhiber l'innovation des autres entreprises. D'où le déclin de la croissance. Le problème de la politique de concurrence est qu'elle n'a pas su s'adapter

à l'ère du numérique. Il faut donc acclimater cette politique à l'ère du numérique pour faire redémarrer la croissance et la productivité, redonner à ces révolutions technologiques leur plein potentiel de croissance.

Source : Interview basé sur le « Pouvoir de la destruction créatrice » de Philippe Aghion et Céline Antonin, 2020.

La réglementation en construction en Europe

Le Digital Market Act (DMA, 2022, pour une entrée en vigueur en 2023) concerne uniquement les « contrôleurs d'accès », c'est-à-dire les plateformes assez importantes pour que tout un écosystème soit dépendant de leurs services. Si pour accéder à un marché, le passage par certaines plateformes est une obligation, alors ces dernières sont des contrôleurs d'accès. Sont retenues comme telles celles dépassant un chiffre d'affaires de 7,5 milliards de d'euros ou comptant plus de 45 millions d'utilisateurs sur le continent européen, soit 10 % de la population. Cela concerne les Gafam, TikTok, Alibaba, Booking.

Quelques exemples de mesures

Les contrôleurs d'accès ne pourront plus proposer certains logiciels par défaut lors de l'installation d'un système d'exploitation. Par exemple, il ne sera plus possible à Google de proposer par défaut ses applications de Chrome à YouTube ou Gmail sur les smartphones équipés de son système d'exploitation Android. Le texte imposerait aussi aux contrôleurs d'accès de donner l'accès à leurs données de performance marketing ou publicitaire sur la plateforme. Ainsi les vendeurs tiers pourront exercer sur Amazon une pression pour accéder à l'information concernant leurs produits, que la plate-forme garde actuellement jalousement pour elle.

Le DMA ambitionne aussi d'imposer l'interopérabilité notamment de messagerie numérique : deux services doivent être interopérables entre eux comme les e-mails : on peut envoyer un e-mail d'une adresse Free via Gmail. Mais on ne peut envoyer un message WhatsApp vers Signal par exemple. Ce devrait donc être bientôt le cas. Le but est de casser les effets de réseau qui poussent tous les utilisateurs à se concentrer sur un seul service : on s'inscrit sur Whatsapp car toute notre famille l'utilise.

Les sanctions en cas de non-respect peuvent monter jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires et le texte envisage la possibilité de cession d'actifs, donc de potentiels démantèlement. Mais dans les faits, cela reste peu probable : la Commission ne s'attaque pas à la taille des firmes en elle-mêmes, leur domination n'est pas remise en cause. C'est leurs pratiques qui seront plus encadrées *ex ante*, plutôt que *ex post*.

Question

1. Expliquez en quoi le Digital Market Act (DMA) peut permettre de rétablir un certain degré de concurrence sur les marchés où interviennent les entreprises géantes du numérique.

I. Introduction

- La **politique de la concurrence** tient une **place prioritaire** au sein de l'Union européenne par rapport à la **politique industrielle**.

- Ces deux politiques économiques ont-elles des **objectifs contradictoires** ou **complémentaires** ?

II. Définitions

- La **politique de la concurrence** est une politique **structurelle** : ensemble d'**objectifs** et d'**instruments** par lesquels les **pouvoir publics** cherchent à agir à **long** terme sur les structures et les **caractéristiques fondamentales** de l'économie, de sorte à :

-

-

-

-

- **A quoi sert la concurrence ? Pourquoi chercher à la favoriser, à l'encadrer ?**

Selon **Jean Tirole** L'économie du bien commun (2016), il y a trois raisons principales qui expliquent pourquoi la concurrence est **au service** de la société :

○ **L'abordabilité des biens :**

Exemples :

- A l'inverse, les **lois Galland (1996) et Raffarin (1996)** portant sur l'**encadrement** et la **limitation** d'ouverture de grandes surfaces afin de soutenir les **commerces de proximité** ont elles participé à **augmenter les prix** en faussant la concurrence.

○ **L'innovation et l'efficacité**

○ **L'intégrité :**

- **Cependant**, si elle a des avantages certains, la concurrence n'est **pas toujours bonne**, notamment **dans toutes les industries de réseau** dans lesquels les **coûts fixes** sont très élevés (monopoles **naturels**) et les **doublons** seraient inefficaces. Exemple : voies de chemin de fer.
- **Cependant, paradoxe** du processus concurrentiel : on cherche à avoir **beaucoup** de firmes en concurrence pour permettre un **processus dynamique, efficace, transparent, équitable de sélection des meilleures firmes**.
 - Ce qui paradoxalement conduit à **réduire à terme le nombre de firmes sur le marché...** et conduire ainsi à des **situations de concurrence imparfaite !**
- ⇒ La **politique de la concurrence** permet ainsi de définir les **règles de jeu de la concurrence** et de veiller à leur **application** à l'aide d'un ensemble d'**instruments**.
- ⇒ Elle **ne vise pas** à empêcher l'élimination de concurrents mais à **encadrer le processus de sélection des meilleurs firmes sur les marchés**.

III. Cadre juridique et institutionnel

A. Un rapide historique des lois

1. Une régulation américaine précoce de la concurrence

- Une régulation **précoce** en réaction au développement des **pools** et **trusts** aux Etats-Unis :

○ **Pool :**

○ **Trust :**

- C'est donc une entreprise qui possède des **positions fortes, voire dominantes**, sur **plusieurs marchés proches**, au sein d'un **secteur industriel**.

⇒ Risque de **pratiques anticoncurrentielles**.

⇒ Exemple :

- **Que est le nom de l'entreprise par laquelle a été inventé le *trust* ?**
- **Quand et comment ce *trust* a-t-il été sanctionné ?**

● **Sherman Act (1890) :**

- C'est une loi votée en réponse à la **pression des mouvements populistes et agrariens** qui voient dans les *trusts* les responsables du déclin des **petits artisans et agriculteurs**.

● **Clayton Act (1914) :**

- **Paradoxalement**, suite à la crise de 1929, le National Industrial Recovery Act (**NIRA**, 1933) permet au président d'**autoriser les ententes** pour **stimuler la reprise**.

2. Un cadre plus tardif en Europe

- L'objectif **initial** de la politique de la concurrence en Europe était de **ne pas fausser le libre jeu des échanges** entre les Etats membres de l'Union européenne afin de créer un **marché unique** où régnerait une concurrence **libre** et **non faussée**.

● **Traité de la CECA (1951) :**

- Le **traité de Rome** (1957) introduit **trois** articles-clés inchangés depuis 50 ans régissant les :

- **Ententes** entre firmes (art. 101) sauf si elles permettent d'« **améliorer la production [...] ou promouvoir le progrès technique et économique tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit** ».
 - **Abus de position dominante** (art. 102).
Aides d'Etat (art. 107-109).
- Le **contrôle préalable des concentrations/fusions** est introduit plus tardivement en 1989 (règlement n° 139/2004).

3. En France

- Le **droit de la concurrence** naît encore plus **tardivement**, notamment avec l'Ordonnance du 1er décembre 1986 qui crée le **Conseil de la concurrence**, devenu **Autorité de la concurrence en 2009**, qui légifère sur les :
 - **Ententes** : art. L. 420-1 du Code de commerce.
 - **Abus de position dominante** : art. L. 420-2 du Code de commerce.
 - **Concentrations** : art. L. 430-2 du Code de commerce, et la loi NRE (Nouvelles régulations économiques) de 2001 rend la notification des concentrations **obligatoire**.
- **Quelques lois emblématiques** (à compléter avec vos cours de droit commercial) :

- **Loi Royer** (1973) :

- **Loi Galland** (1996) :

- **Loi Raffarin** (1996) : renforce la loi Royer **en abaissant à 300 m²** le seuil de la surface au-delà duquel une **autorisation administrative** d'implantation de surfaces commerciales est nécessaire.
- **Loi de modernisation de l'économie** (LME, 2008) : le seuil de la surface au-delà duquel une **autorisation administrative** d'implantation est nécessaire, est abaissé à **1 000 m²**.
 - **Cas particuliers introduits par la loi Evolution du logement, de l'aménagement et du numérique** (Elan, 2018) : pour certains centres villes de petites communes (Loi Raffarin réinstituée alors), pour Paris (400 m²) afin de **préserver** le petit commerce.

B. Le cadre institutionnel

- **Etats-Unis** :

- **Europe**

-

- Un **Réseau européen de concurrence** a été mis en place, permettant **une plus grande collaboration** entre les autorités de concurrence nationales dans le cadre de l'application des art. 101 et 102 du Traité de Rome.
 - Les autorités nationales de la concurrence sont **toutes habilitées** à faire respecter le droit européen de la concurrence. Elles peuvent **suspendre** des accords ou des pratiques nuisant à la concurrence et **infliger des amendes** aux sociétés qui enfreignent la législation.

- **France**

- **Historiquement**, les compétences étaient partagées entre le **Conseil de la concurrence** pour l'**instruction du dossier** et la **DGCCRF** (Direction Générale de la Concurrence, de la Consommation et de la Répression des Fraudes) du Ministère de l'Economie pour les **enquêtes**.
- En 2009, création de l'**Autorité de la concurrence (Autorité Administrative Indépendante)**, qui est en charge de la **régulation de la concurrence** et de la lutte contre les **pratiques anticoncurrentielles**.
 - **Document n°1. Identifiez les pratiques anticoncurrentielles qui ont donné lieu à une intervention de l'Autorité de la concurrence.**

- **Identifiez les critiques faites à l'encontre de l'Autorité de la concurrence.**

- **Selon vous, dans quelle mesure ces critiques sont-elles justifiées ?**

- **Expliquez l'impact du numérique sur l'action de l'Autorité de la concurrence.**

IV. Objectifs de la politique de la concurrence et concurrence imparfaite

A. Quelle concurrence doit-on favoriser ?

- Une **définition** de la concurrence délicate :

○	
○	

- **Pour définir la concurrence réalisée sur un marché**, les autorités de la concurrence doivent définir le **marché pertinent** où elle s'exerce.

○	
---	--

- C'est dans ce cadre qu'elle calcule alors le **pouvoir de marché**. Le marché pertinent se définit par des critères liés aux **produits** et par des critères **géographiques**.
 - En termes de **produits** : « *Tous les produits et/ou services considérés comme **interchangeables** ou **substituables** par le consommateur en raison de leurs **caractéristiques**, de leur **prix** et de leur **usage habituel** » (règlement 4064/89 modifié en 1997).*
 - En termes **géographiques** : « *Les zones dans lesquelles les entreprises concernées concourent à l'offre et à la demande de produits et services, dans lesquelles les conditions de la concurrence sont suffisamment **homogènes** et qui **peuvent être distinguées** des espaces voisins car les conditions de la concurrence y sont différentes » (même source).*

- **Une fois le marché pertinent défini**, elles doivent définir la **structure du marché** : Comment peut-on mesurer et caractériser le **pouvoir de marché** de l'entreprise sur le marché pertinent considéré ?
 - Le tableau d'**Heinrich von Stackelberg** donne une typologie des structures de marché en concurrence imparfaite, **en fonction du nombre d'acheteurs et de vendeurs** (absence d'atomicité **mais** biens homogènes) :

	Un vendeur	Quelques vendeurs	Nombreux vendeurs
Un acheteur			
Quelques acheteurs			
Nombreux acheteurs			

- **Une fois défini le degré et le type de concurrence sur le marché pertinent, on peut se demander dans quelle mesure la concurrence est réellement garantie ou non ? Que cherchent à vérifier les autorités de la concurrence ?**

- **Question du « bon » degré de concurrence, du niveau juste de pouvoir de marché d'un producteur, d'un consommateur : comment est-on certains d'atteindre l'efficacité économique en pratique ?**

⇒ Pour **Joseph Brodley (1987)**, il existe trois critères d'**efficacité économique** :

Efficienc**e productive** :

Efficienc**e allocative** :

○ Efficienc**e dynamique** :

⇒ Ainsi, **quel(s) objectif(s)** à la politique de la concurrence ?

- Il peut donc y avoir une contradiction entre la vision à **court terme** et la vision à **long terme** de la concurrence. Privilégier le consommateur **aujourd'hui** peut porter atteinte à la **compétitivité du pays à long terme**.

⇒

B. Situations de concurrence imparfaite et politique de la concurrence

- La **concurrence imparfaite** peut être source de **pratiques anti-concurrentielles** interdites par la loi, mais attention la concurrence imparfaite n'est pas interdite.

1. Cause possible de la concurrence imparfaite : les barrières à l'entrée du marché

- Barrières à l'entrée **non anti-concurrentielles** en elles-mêmes (**autorisées**) :

- Les barrières **structurelles**, « **naturelles** » :

Exemple :

-

Exemple :

- Barrières à l'entrée pouvant être **anti-concurrentielles** (**interdites**):

- Les barrières **stratégiques** :

- Déterminer s'il faut considérer d'emblée un comportement stratégique comme un **moyen de favoriser ou de freiner la concurrence** n'est pas toujours chose aisée. Les autorités de la concurrence sont parfois confrontées au difficile problème consistant à déterminer **quel comportement est propice au jeu de la concurrence et quel autre ne l'est pas** quand ces deux types de comportement ont pour effet d'**accroître les barrières à l'entrée**.

- Exemples :

- Microsoft et les **ventes liées** ou le **verrouillage technologique**.

- Fait de subordonner la conclusion de contrats à l'acceptation, par les partenaires, de **prestations supplémentaires** qui par **leur nature/leurs usages commerciaux**, n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.
- 2004 : amende de 500 millions d'euros pour **stratégie de monopolisation du marché** par la **vente liée à son système d'exploitation Windows de deux logiciels : Windows Media Player et Internet Explorer**.

-

- Google : en 2017, Google a été condamné à payer 2,42 milliards d’euros d’amende pour **abus de position dominante** en favorisant son comparateur de prix « **Google shopping** » au détriment de services concurrents.

2. Les situations de concurrence imparfaite ne nuisent pas toutes à la concurrence

- Attrait du monopole d’**innovations** :

-

- La concurrence est certes bénéfique à **court** terme pour le consommateur (**efficacité statique/allocative**), mais à **long** terme, elle condamne l’innovation et donc la croissance (**efficacité dynamique**).
 - La politique de concurrence devrait donc s’effacer **partiellement** et **temporairement** face **aux exigences de la politique industrielle et de l’innovation**.

- Existence de monopoles **naturels** :

-

- **Léon Walras** juge **non souhaitable** de lutter contre les monopoles naturels : la libre concurrence dans l’ouverture et l’exploitation de **plusieurs réseaux concurrents** créerait l’**anarchie** et il faut éviter la multiplication de **frais de premier établissement**.
 - Cependant, l’opérateur doit agir de manière **altruiste** en pratiquant des **tarifs égaux au coût marginal** (auquel cas il est en perte, son profit étant **négatif** car le prix/coût marginal est inférieur au coût moyen ...).
 - Léon Walras préconise alors **l’intervention de l’État** pour assurer aux usagers des **prix faibles** et un **développement aussi complet que possible de l’entreprise en monopole naturel**.

- Que penser alors de l’**ouverture à la concurrence des monopoles naturels** ?! Point sur l’**économie des réseaux** :

- Les monopoles **naturels** recoupent souvent les **industries de réseau** :

- La théorie des **trois couches (Nicolas Curien, 1991)** distingue au sein d'une industrie de réseau :

- Couche **basse** :

Exemples :

- Couche **médiane** :

Exemples :

- Couche **supérieure** :

Exemples :

- La notion de **marché contestable** ou **théorie de la main invisible faible** (William Baumol, John Panzar et Robert Willig, 1982) introduit la possibilité que la concurrence d'entrants **potentiels** exerce **les mêmes effets** que la concurrence **effective** des firmes en place.
 - **Document n°3**. Expliquez ce qu'est un « marché contestable ». Que pensez-vous du recours à la **politique de la concurrence dans le cas d'un marché contestable ?**

- **En déduire l'impact de la prise en compte de ce concept sur le projet de fusion entre Alstom et Siemens, rejeté par la Commission européenne.**

- Concurrence oligopolistique en prix à la **Bertrand**.
 - La concurrence s'exerce sur la base des **prix** entre **un nombre limité** d'entreprises.
 - Application de la **théorie des jeux** : quel prix a intérêt à fixer **chaque** compétiteur ?

V. Formes de restriction de la concurrence

A. Restrictions horizontales : les ententes

-

- Les prix risquent de s'éloigner du coût marginal. On passe d'une situation de **concurrence** à une situation de **monopole collectif** :

- Inefficiences **productive** :
- Inefficiences **allocative** :
- Inefficiences **dynamique** :

- Mais ce type de restriction n'est pas toujours source de nuisances et d'inefficacité sur un marché.

- **Effets bénéfiques** :

- C'est pourquoi les ententes sont fréquentes dans les industries de **haute technologie**, en vue de développer de nouveaux produits ou procédés.

- Cependant, les ententes **horizontales** portant sur les **prix** sont toujours condamnées.

- Art. 101 du Traité de Rome (1957) : ententes autorisées pour « *promouvoir le progrès technique et économique* »

Exemple :

- **Conditions** favorisant l'émergence d'une entente :

-
-
-
-
-

- Exemples de cartels **publics** :

- **OPEP** créée en 1960 par l'Iran, le Venezuela, l'Irak, le Koweït et l'Arabie saoudite.

- **Communauté Européenne du Charbon et de l'Acier** (CECA, 1951-2002) : 6 pays membres. **Mise en commun de la production et la consommation** du charbon et de l'acier.
- En Europe et en France, il est accepté qu'en matière de production du **fromage Comté** (AOP), les producteurs décident **ensemble** du volume de fromage produit de façon à maîtriser **au maximum** les prix de vente.
 - Acceptée que si cette régulation s'inscrit dans une **dynamique globale de croissance des ventes** et que cela **ne bloque pas l'arrivée de nouveaux concurrents**.

- Exemples de cartels **secrets** :

- **Cartel de phoebus** en 1924 :

- **Vitamines** entre 1985-1999 avec Hoffmann-La Roche, BASF AG, Rhône-Poulenc : amende européenne de 855 millions d'euros en 2001.
- **Escalators et ascenseurs** entre 1995-2004 avec Thyssen Krupp, Otis, Schindler, Koné : amende européenne de 992 millions d'euros en 2007.
- **Fret aérien** entre 1999-2006 avec Air France-KLM, British Airways, Singapore Airlines, Lufthansa (bénéficie de la **clémence**) : amende de 799 millions d'euros en 2010.
- **Téléphonie mobile** entre 2000-2002 par SFR, Orange, Bouygues Télécom : amende 534 millions d'euros en 2005.
- **Cartes à puces** entre 2003 et 2005 avec Infineon, Philips, Samsung et Renesas (bénéficie du **programme de clémence**) : 138 millions de dollars en 2014.

- **Document n°4. Produits d'hygiène et d'entretien** entre 2003 et 2006 avec Unilever, Colgate, L'Oreal etc. : amende de près d'un milliard d'euros en 2014.
- **Compotes** entre 2010 et 2014 avec Materne, Andros, Délis, Charles et Alice, Coroos (bénéficie du **programme de clémence**) , Valade etc. : 58 millions d'euros en 2019.

- **Cartel et stabilité.** Les cartels sont-ils **durables** ?

- **Dilemme du prisonnier (Albert Tucker, 1950) :**

-

- Par ailleurs, même si les membres ne trichent pas, l'existence de **superprofits** dans la branche peut susciter de **nouvelles entrées** sur le marché.
 - Le mouvement d'entrée dans la branche ramènera celle-ci aux conditions de la concurrence pure et parfaite, **à moins qu'il n'existe des barrières à l'entrée fortes.**

B. Restrictions verticales

-

- **Exemples :**

- Distribution **exclusive**. Exemple :
- Distribution **sélective**. Exemple :
- **Ventes liées** :
- **Prix de vente minimum ou imposés** (pratiques toujours considérées comme illicites).
 - Sauf depuis la **loi Lang de 1981** pour l'industrie du livre où le prix de vente est **unique** quel que soit le réseau de distribution (avec un rabais maximum de 5 % pour les particuliers).

- Pour l'**Ecole de Chicago** (Milton Friedman, Franck Knight, Gary Becker, George Stigler etc.), ces ententes sont parfois **bénéfiques** et permettent de **corriger des imperfections de marché**.

- Elles contribuent à internaliser les **externalités** qui peuvent exister dans les relations fabricant-détaillant par exemple.

- Exemple d'effets positifs des restrictions verticales de concurrence : Les **clauses de distribution exclusive** :

Exemples :

- Ainsi, les restrictions verticales peuvent être **efficaces** si elles se substituent à des situations **plus graves** en leur absence.

- Exemples d'effets positifs des restrictions verticales de concurrence : Résolution du problème de la **double marge** ou de **l'externalité verticale** (Joseph Spengler Vertical Integration and Antitrust Policy, 1950) :

« Qu'est-ce qui est pire qu'un monopole ? une chaîne de monopole ».

-
-
-

- Cependant, les restrictions verticales peuvent servir à **éliminer** la concurrence entre fabricants ou entre détaillants et à **réduire les choix et le bien-être** du consommateur. Il est alors du ressort des **autorités de la concurrence de juger ces situations au cas par cas**. Exemple : Booking.fr.

C. Abus de position dominante

- **Document n°5**. En quoi consiste un abus de position dominante ?

- Expliquez pourquoi cette pratique relève d'une pratique anticoncurrentielle sanctionnée par l'autorité de la concurrence.

- Indiquez les sanctions prises à l'encontre d'EDF par l'Autorité de la concurrence.

- **Détermination de la position dominante (≠ abus) :**
 - **Part de marché** ou **degré de concentration** supérieur à **40 % au minimum** + critères de nature **technologique** et **réputationnel**.
 - **Indice d’Herfindahl** =
 - Plus cet indice est élevé, plus il y a concentration.
- Formes d’**abus** possibles :
 - **Ventes liées** (ou les restrictions **verticales** vues précédemment) : pratique fréquente qui bénéficie **souvent** directement au consommateur.

▪ Exemples :

- **Remises fidélisantes :**
- **Refus d’accès par les concurrents à une « ressource rare » :**
- **Prolifération des produits :**
- **Dénigrement :**
- **Prix prédateurs :** **Patrick Bolton et al. (2000)** présentent le prix prédateur comme une diminution de prix, qui **ne peut être profitable** que dans la perspective d’**éliminer un concurrent ou de dissuader** un concurrent potentiel.
- **Compléments sur le prix prédateur :**
 - **Patrick Rey et Jean Tirole (1997)** montrent que c'est en effet l'acceptation d'un **sacrifice de ses propres profits de court terme** dans l'espérance de la **consolidation** de ceux-ci dans le futur.
 - Par ailleurs, la stratégie de prédation peut concourir à la **réalisation de deux autres stratégies :**

- **La prédation pour fusion** : il s'agit de **dégrader les résultats financiers** d'un concurrent, de façon à pouvoir lancer une offre publique d'achat sur celui-ci dans les **conditions les moins coûteuses possibles**.
- **Les stratégies de conquêtes de marchés connexes** : il est possible de financer une stratégie de prédation pour **conquérir un marché** en s'appuyant sur les marges engrangées sur un marché **dans lequel la firme possède déjà une position dominante**.
- Mais selon les économistes de l'**Ecole de Chicago**, la mise en œuvre de stratégies de prédation **serait inefficace, et ne nécessiterait pas d'intervention publique particulière...**

-
-
-

- De plus, **en pratique**, il est difficile **de détecter la prédation** dans la mesure où toutes les baisses de prix n'ont pas pour origine une telle stratégie.

-

D. Fusions/concentrations

- **Document n°2. Identifiez les autorités en charge d'analyser les projets de fusion.**

- La Commission européenne s'est focalisée sur **l'impact des fusions sur la concurrence**. Une concentration d'entreprises pouvant **créer ou renforcer une position dominante** et **augmenter le risque d'ententes futures**, la Commission procède à un contrôle **a priori** sur les opérations de fusion.

- **Joseph Farrell et Carl Shapiro (1990) :**

- **Ainsi, Oliver Williamson (1968)** invite les régulateurs à ne plus seulement tenir compte des impacts d'une concentration en termes de **pouvoir de marché et de risques sur le niveau de la concurrence**, mais également en termes de **gains potentiels** (économies d'échelles, synergies) permis par la fusion.

⇒

- Cet argument (**Efficiency Defense**) est intégré dans les **Merger guidelines américaines depuis 1996** même si, en pratique, la traditionnelle surestimation des gains potentiels de fusion invite les juges à la prudence.

○ Exemples :

E. Les aides d'Etat

- En offrant un traitement de faveur à certaines firmes, les aides publiques entraînent une **distorsion importante de la concurrence**.
- La Commission européenne prohibe toutes celles qui engendrent une **distorsion** de la concurrence en favorisant **certaines firmes ou la production de certains biens**.
 - Les aides en question peuvent prendre des formes **très différentes** : des subventions d'Etat, une exonération fiscale...
- Des **exceptions** sont possibles : en 2022, face à la guerre en Ukraine et à l'Inflation Reduction Act (IRA), elle a accepté un montant de **740 milliards d'euros d'aides d'Etat**, battant ainsi un nouveau record !

Document n°6.

○ **Qu'est-ce qu'une taxonomie ?**

○ **Justifiez la décision de la Commission européenne relative à la révision des aides d'Etat.**

○ **Que pensez-vous de la taxonomie européenne proposée pour les énergies renouvelables.**

VI. Les moyens d'actions de la politique de la concurrence

A. Instruments préventifs ou de détection

- **Concentrations :**
 - **Notification des concentrations à la Commission européenne.**
Seuils : CA mondial > 5 milliards d'euros ; CA UE par 2 au moins des entreprises > 250 millions € ; Pas plus des 2/3 du CA dans un seul Etat membre.
 - **Notification des concentrations en France à l'Autorité de la concurrence.**
Seuils : CA mondial > 150 millions d'euros ; CA France par 2 au moins des entreprises > 50 millions €.
- ⇒ Etude des **effets unilatéraux et coordonnés** : critères de **réduction substantielle de la concurrence (depuis 2004)** :
 - **Effet unilatéral** : sur le **bien-être** des consommateurs.
 - **Effet coordonné** : **incitation** créée par la **fusion** pour des ententes futures.
- **Entente** : **parallélisme** dans l'évolution des prix.
- **Abus de position dominante** :
 -
 -
 -

B. Instruments répressifs et de correction

- Les injonctions à **suspendre une pratique anticoncurrentielle** :
 - **Théorie des facilités essentielles** :
- **Actions civiles** : par les **victimes** d'un comportement anti-concurrentiel.
- **Publication** forcée de la décision : **Document n°4**.
- **Sanctions pécuniaires** :

○

○

- Les **poursuites criminelles** :

- **Peines de prison fréquentes** aux Etats-Unis depuis les années 1970.

Exemple :

- **Peu concevable en Europe.**

- Suite à la notification d'une **concentration** à la Commission, celle-ci peut décider :

- Acceptation **sans conditions.**

- Acceptation **conditionnée** :

- Exemple : La Commission européenne a autorisé en 2021 le **rachat de l'entreprise française de gestion de l'eau et des déchets Suez par son concurrent français Veolia sous conditions.** Suez et Veolia ont cédé **une partie de leurs actifs en France et à l'étranger** afin de ne pas compromettre la concurrence sur le marché européen.

- **Interdiction** :

C. Instruments incitatifs

- Les programmes de **clémence** pour les ententes :

- Le premier à « dénoncer » le cartel est **exempté** d'amende. Puis **dégressivité.**

○

- Exemple :

 Lecture chez vous de la décision de l'Autorité de la concurrence sur le site internet du cours.

 Autres exemples disponibles au lien suivant : <https://www.autoritedelaconcurrence.fr/fr/le-demantelement-de-grands-cartels>

 Lecture de l'article Les Echos – Le roman noir des cartels

- Les **engagements** dans le cadre de pratiques **anti-concurrentielles** :

Permet d'éviter de reconnaître **publiquement** une violation des règles de concurrence.

- Exemple :

D. Quelle efficacité des instruments ?

- Selon le modèle de **Gary Becker**, un agent neutre au risque, avant de s'engager dans une entreprise criminelle, va mettre en balance le **gain** de l'activité délinquante avec le **coût potentiel** d'une condamnation.
 - Si le profit anticoncurrentiel diminué de l'espérance de condamnation (et de son montant) **est inférieur** au profit concurrentiel, alors l'entreprise a intérêt à être **honnête**.
 - Si non, elle a intérêt à recourir à des pratiques **anti-concurrentielles**.

⇒

⇒

- Les actions **civiles** connaissent aussi de **nombreuses limites**, surtout en Europe :
 - Le préjudice est **diffus**, les victimes d'une entente sont souvent nombreuses et ces dernières mettent en balance les **coûts du recours à la justice** avec leur **espérance de gains**.
 - Les procédures sont souvent considérées comme **lentes**.
 - Le rôle majeur joué par les consommateurs aux Etats-Unis provient de plusieurs **spécificités du droit américain**. Les **actions collectives**, plus développées qu'en France, sont des actions en justice au nom d'un ensemble de consommateurs, qui permettent de faciliter les actions en justice en **réduisant les coûts de transaction**.
 - Les actions collectives permettent ainsi de **mutualiser les coûts** et d'**accroître le gain espéré** par la mise en commun des revendications.

Ensuite, les modes de rémunération des avocats par des paiements **contingents à la réussite de la procédure**, sur la base du dédommagement obtenu par la victime favorisent ce type d'action.
- **Programme de clémence** : est-ce **réellement dissuasif** ? **Efficace** ?
 - **Champ d'application** : Avant ou au cours de la procédure ? **Massimo Motta et Michele Polo (2002)** montrent l'efficacité de l'instrument appliqué **au cours** de la procédure.
 - Quand la réduction des amendes est possible **après** qu'une procédure soit lancée, cela augmente la **probabilité de payer une amende** par rapport au cas où les firmes ne faisaient pas l'objet d'une enquête. Ainsi, une réduction de l'amende avec coopération peut devenir **attractive** pour les firmes.
 - A l'inverse, limiter le programme au cas où l'enquête n'a pas été entièrement ouverte élimine dans le modèle **l'incitation à révéler de l'information ex-post** et donc l'efficacité du programme.

- **Donc le programme de clémence devrait être appliqué aussi pour les informations communiquées après l'ouverture d'une enquête.**
- De plus, les cartels créés **après** que le programme de clémence soit lui-même créé **intègrent *ex-ante*** les coûts et risques induits par ce programme dans leurs décisions.
 - Les membres du cartel qui décideront d'y participer **jugeront profitable la collusion** en sachant les vertus de la délation, qui **sont déjà connues** car l'information des effets des programmes de clémence est parfaitement connue.
 - **Ce qui à terme peut conduire à des cartels plus solides et stables, et donc, plus difficiles à détecter et à démanteler.** Ces nouveaux cartels qui incorporent les coûts de la délation dans leur calcul de profit ne seront susceptibles d'être brisés que si la Commission **soupçonne** ce cartel et entame des investigations au sujet de ces agissements soupçonnés.
 - Dans ce cas (**et seulement si l'investigation est mise en marche**) l'un des membres peut trouver la délation intéressante. Par contre, s'il n'y a pas de soupçon ou preuve qui montre l'existence d'un cartel, les membres n'auront **aucun intérêt à la délation *ex-ante***.
- **Effets ambivalents** : fin des ententes et investigations **plus courtes et moins coûteuses** ? Cela dépend en fait des **ressources** des autorités.



- ⇒ Doit-on assouplir la politique de la concurrence en temps de **crise** ?
- Modification du rôle de la politique de la concurrence dans un contexte de crise : **John Haltiwanger, Joseph Harrington (1991)** montrent que les collusions disparaissent **plus facilement** dans une période de chutes des ventes car les firmes sont incitées à sortir de l'accord tacite ou explicite de collusion, surtout s'il y a eu une accumulation des stocks.
 - Mais on peut toujours envisager le cas d'un cartel **défensif** face à la baisse des prix...
 - De plus, modification de la **pression publique** : volonté de soutenir les entreprises pour éviter un accroissement du chômage : autorisation **exceptionnelle** de concentrations.
- ⇒ **Quid des pays en développement** ?
- La mise en place récente de politique de concurrence depuis le milieu des années 90 s'inscrit souvent dans un **programme plus large de réformes des structures économiques**, parfois initié par les organisations internationales (FMI...) à la suite de crises économiques graves.
 - La **Chine** a introduit en 2007 **une loi anti-monopole** contenant les dispositions modernes sur les pratiques anticoncurrentielles et le contrôle des concentrations. Cette loi est considérée **par Souty (2007)** comme un **nouvel instrument de protectionnisme** déguisé...

Exemple :

⇒ *Quid* de la place actuelle des **entreprises géantes du numérique** ? **Document n°7.**

- **Expliquez en quoi le Digital Market Act (2023) peut permettre de rétablir un certain degré de concurrence sur les marchés où interviennent les entreprises géantes du numérique.**