

D. La politique de la concurrence

OA 5 : Comprendre que la **politique de la concurrence**, en régulant les **fusions-acquisitions** et en luttant contre les **ententes illicites** et les **abus de position dominante**, augmente le surplus du consommateur.

Dans cette sous-partie, nous allons voir que pour augmenter le surplus du consommateur, la politique de la concurrence a pour mission de réguler les fusions-acquisitions et de lutter contre les ententes illicites et les abus de position dominante. Pour cela, nous nous appuyerons sur des affaires plus ou moins récentes qui permettront d'illustrer la politique de la concurrence.

La naissance du droit de la concurrence (Belin 2019)

Le droit de la concurrence est né aux États-Unis à la fin du XIX^e siècle avec la promulgation du Sherman Act (1890) [...] La législation américaine [...] a profondément influencé l'élaboration du droit communautaire de la concurrence (Traité de Rome en 1957) et de sa version française (ordonnance du 1^{er} décembre 1986).

L'objectif principal de cette branche du droit consiste à favoriser et à protéger la concurrence afin de stimuler l'efficacité économique des marchés et améliorer le bien-être des consommateurs. Pour y parvenir, deux types d'intervention peuvent être mis en œuvre par la puissance publique : le contrôle des structures, d'une part, et le contrôle des comportements, d'autre part. Le premier type d'intervention consiste à assurer le contrôle préalable des opérations de concentration, [pour que] la fusion ne porte pas atteinte à la concurrence. La surveillance des comportements vise à identifier et à sanctionner les pratiques anticoncurrentielles : les ententes illicites et les abus de position dominante, qui désignent le fait que la détention par une entreprise d'une position de puissance économique lui permet de faire obstacle à des concurrents potentiels.


Antoine Bozio, Julien Grenet, *Économie des politiques publiques*, La Découverte, 2017.

38. . Comment est né le droit de la concurrence ?
39. Quels sont les deux objectifs et les deux moyens d'intervention de cette politique de la concurrence ?
40. A partir de vos connaissances précédentes sur le fonctionnement du marché en monopole, justifiez la phrase soulignée.



À savoir

..... C'est notamment pour John Rockefeller (1839-1937), que le Sherman Act a été voté : la Standard Oil, que le self-made-man crée en 1870, contrôle 90 % de la filière pétrolière aux États-Unis en 1880 ! Son trust (un regroupement d'entreprises légalement indépendantes, mais ayant un comité directeur unique) a été jugé trop puissant : le Sherman Act a conduit à son démantèlement en 1911 (il a été scindé en 34 sociétés).

 Notez la définition de la **politique de la concurrence** : correspond à l'action des pouvoirs publics pour favoriser et protéger la concurrence en sanctionnant certains comportements (ententes illégales et abus de position dominante) et en surveillant la structure des marchés (contrôle des opérations de fusions-acquisitions).

Les difficultés des politiques de concurrence (Le livre scolaire 2019)

Les règles encadrant le jeu concurrentiel sont toutefois difficiles à mettre en œuvre, sans doute parce que la notion de concurrence repose elle-même sur un paradoxe. En effet, on peut considérer que la concurrence constitue un processus de sélection pouvant conduire, le cas échéant, à l'élimination de concurrents, au profit des firmes les plus efficaces : les règles de concurrence ne visent alors pas tant à empêcher la disparition de concurrents qu'à contrôler les moyens utilisés par les firmes pour parvenir à leurs fins.

Dans la pratique, la politique antitrust se compose de trois volets principaux : le contrôle des concentrations, les abus de position dominante et les ententes anticoncurrentielles.

Emmanuel Combe, *Précis d'économie*, PUF, 2017 (14^e éd.)

41. En quoi le paradoxe décrit par l'auteur rend difficile la mise en œuvre des politiques de concurrence ?

42. La politique de la concurrence doit-elle chercher à mettre toutes les entreprises à même niveau ?

Pourquoi faut-il sanctionner les pratiques anticoncurrentielles (Magnard 2019)

Souvent surnommée le « gendarme de la concurrence », l'Autorité¹ veille à réprimer les ententes et les comportements abusifs, dont l'impact peut être considérable sur l'économie et notamment pour les consommateurs et les PME. Lorsque cela est nécessaire, elle n'hésite pas à prononcer des amendes, qui remplissent un double objectif : sanctionner le comportement de l'entreprise en cause et dissuader les autres opérateurs économiques de se livrer à de telles pratiques.

Les cartels peuvent conduire à des hausses importantes de prix pour les consommateurs (de l'ordre de 20 à 25 %) ainsi qu'à une limitation de leur choix, et ce, parfois, sur de longues périodes. Ces pratiques nuisent également aux entreprises situées en aval dans la mesure où elles aboutissent dans certains cas à majorer le coût de leurs intrants (produits intermédiaires, ou des matières premières qu'elles achètent. [...] Enfin, les pratiques de cartel nuisent à l'efficacité du marché, en diminuant les incitations des entreprises à s'améliorer. Au final, les ententes et les abus entraînent une perte de compétitivité, d'innovation et ont des effets néfastes sur l'emploi.

Autorité de la concurrence, *Rapport d'activité 2017*, 2018.

1. L'Autorité de la concurrence est une autorité administrative indépendante qui prend la suite en 2008 du Conseil de la concurrence créé en 1986.

NOTIONS

- Une **entente** est caractérisée par une concertation entre plusieurs acteurs économiques qui décident d'agir ensemble pour ajuster leurs comportements, au lieu de concevoir leur stratégie commerciale de façon indépendante.
- Contrairement aux ententes, qui sont des pratiques bilatérales ou multilatérales, les **abus de position dominante** sont en général des pratiques unilatérales émanant d'un acteur économique qui use de sa position de force sur un marché pour le verrouiller, pour évincer ses concurrents ou pour empêcher l'arrivée de nouveaux entrants.

www.autoritedelaconcurrence.fr, 2018.

43. Rappelez ce qui différencie une entente d'une position dominante.

44. Comment le contrôle de ces pratiques anticoncurrentielles permet-il d'augmenter le surplus du consommateur ?

Ainsi, pour veiller à ce que la concurrence soit effective et loyale sur le marché et pour maximiser le surplus du consommateur, les politiques de concurrence vont chercher à agir en amont du marché (avant que ce dernier ne soit constitué) en contrôlant les opérations de fusions-acquisitions mais également en aval du marché (une fois que ce dernier est déjà constitué) en sanctionnant les ententes et les abus de position dominante. Nous allons voir à présent concrètement comment elles sont mises en œuvre.

Comment apprécier les dangers d'une concentration (Le livre scolaire 2019)

En février 2013, la Commission européenne a bloqué le rachat de la compagnie aérienne irlandaise Aer Lingus par sa compatriote Ryanair, au motif que ce rapprochement aurait créé une position dominante sur de nombreuses lignes au départ de Dublin. Si l'interdiction d'une fusion ou d'un rachat demeure assez rare, elle nous rappelle que tout projet de rapprochement entre entreprises est soumis à l'autorisation préalable des autorités de la concurrence, dès lors que les parties prenantes disposent d'une certaine taille : il s'agit de s'assurer que le « mariage » ne va pas porter atteinte à la concurrence. [...]

Avant d'apprécier l'impact de la concentration sur la concurrence, les autorités de la concurrence doivent au préalable résoudre deux questions d'ordre empirique.

La première est celle de la délimitation du marché pertinent (*relevant market*) sur lequel a lieu l'opération. [...]

Point notion

Concentration

Synonyme de « fusions et acquisitions ».

La concentration peut être horizontale (deux entreprises concurrentes n'en forment plus qu'une), verticale (entre une entreprise et une de ses clientes ou un fournisseur) ou conglomérale (entre deux entreprises non liées entre elles).

Une fois le marché pertinent délimité, les autorités de la concurrence doivent apprécier l'évolution des parts de marché, avant et après le rapprochement des entreprises. En première approximation, la part de marché des entreprises concernées par l'opération permet d'estimer le risque de pouvoir de marché : plus la part de marché de la nouvelle entité est élevée par rapport à celle de ses concurrents, plus il est probable qu'elle crée ou renforce son pouvoir de marché. Ainsi, dans la pratique des autorités européennes et françaises, lorsque la part de marché de la nouvelle entité est inférieure à 25 % dans le cas d'une concentration horizontale, et à 30 % dans le cas d'une concentration verticale ou conglomérale, l'atteinte à la concurrence est peu probable, sauf cas particulier.

Toutefois, la simple addition des parts de marché des entreprises qui fusionnent ne permet pas d'apprécier la répartition des parts de marché sur l'ensemble du marché pertinent. En effet, l'impact sur la concurrence d'une fusion conduisant la nouvelle entité à détenir 50 % de parts de marché n'est pas le même si le restant du marché est composé de cinquante concurrents détenant chacun 1 % du marché ou d'un seul concurrent disposant d'une part de marché de 50 %.

Emmanuel Combe, *La Politique de la concurrence*, La Découverte, 2016.



L'auteur

Emmanuel

Combe est professeur d'économie à l'université Paris 1 Panthéon-Sorbonne et à SKEMA Business School. Il est également vice-président de l'Autorité de la concurrence depuis 2012.

Ses thèmes de recherche portent sur la concurrence, le low cost et la compétitivité.

45. Pourquoi les opérations de concentration peuvent-elles nuire à la concurrence ?
46. Comment apprécier les effets d'une concentration sur la concurrence ?

Observation d'un exemple concret de fusion : le cas Invivo Retail - Jardiland (Le livre scolaire 2019)

En juin 2018, l'entreprise InVivo Retail fait part à l'Autorité de la concurrence de sa volonté de racheter l'entreprise Jardiland. InVivo Retail détient notamment les marques Gamm vert et Delbard et agit donc dans le même secteur que Jardiland, celui des jardineries. Avant de donner son accord à l'opération, l'Autorité de la concurrence estime les parts de marché des deux groupes. Le tableau ci-dessous en donne quelques exemples.

Zone de chalandise	Part de marché de InVivo avant fusion	Part de marché de Jardiland avant fusion	Part de marché de la nouvelle entité après fusion
Besançon (25)	Entre 5 et 10 %	Entre 40 et 50 %	Entre 50 et 60 %
Chartres (28)	Entre 30 et 40 %	Entre 20 et 30 %	Entre 60 et 70 %
Clamecy (58)	Entre 10 et 20 %	Entre 70 et 80 %	Entre 80 et 90 %
Montélimar (26)	Entre 50 et 60 %	Entre 20 et 30 %	Entre 70 et 80 %
Valenciennes (59)	Entre 40 et 50 %	Entre 10 et 20 %	Entre 50 et 60 %
Vendôme (41)	Entre 50 et 60 %	Entre 30 et 40 %	Entre 80 et 90 %

Autorité de la concurrence, « Décision n°18-DCC-148 du 24 août 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Jardiland par la société InVivo Retail », 2018.

Point notion

Zone de chalandise

Zone géographique d'où proviennent généralement, ou d'où sont censés provenir, les clients potentiels d'une entreprise.

47. Pourquoi le rachat de Jardiland par Invivo pourrait réduire le surplus du consommateur et dans quelle zone de chalandise cette fusion risque-t-elle de poser le plus de problème ?

48. L'Autorité de la concurrence a-t-elle accepté le projet de fusion entre les deux entreprises et si oui à quelle condition ?

49. Quelles sont d'après vous les zones où la nouvelle entité issue de la fusion va devoir céder des magasins et dans quel but ?

Outre le contrôle des structures en amont, l'Autorité de la concurrence doit également être vigilante aux comportements des firmes en aval et aux pratiques anticoncurrentielles que peuvent représenter les ententes illicites d'une part et les abus de position dominante d'autre part.

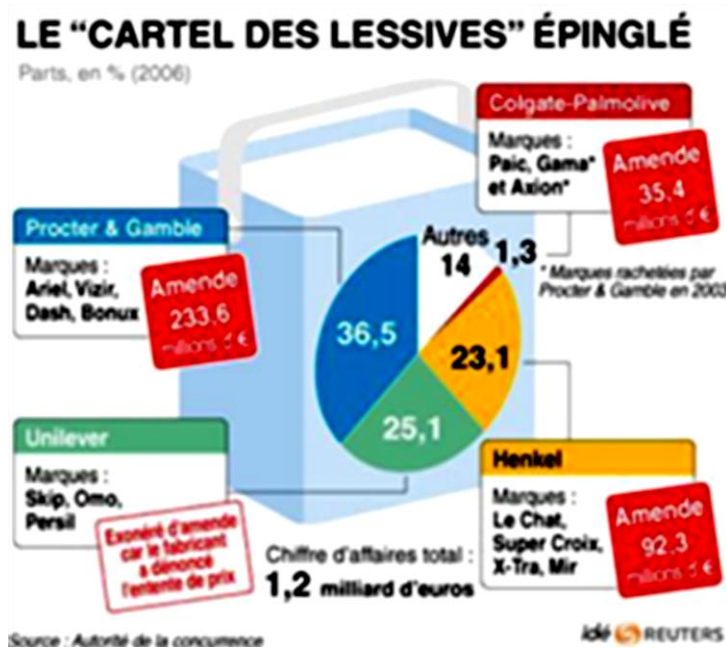
Les situations d'entente et la politique de clémence

Faites une recherche sur internet sur la politique de clémence menée par l'Autorité de la concurrence en allant sur son site puis empruntez le lien suivant avant de répondre aux questions :

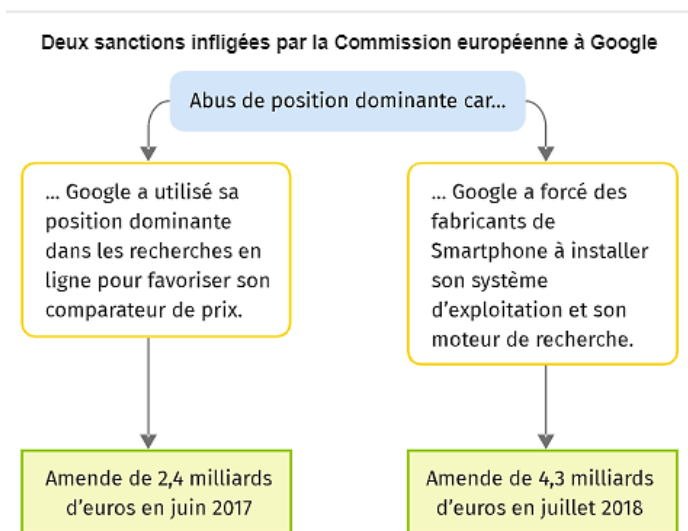
<https://www.youtube.com/watch?v=Q0TwZGXOTnl>

50. Comment l'entente du « cartel des lessives » a-t-elle été identifiée ? Quel est l'intérêt de la politique de clémence ?

51. Ces entreprises ont-elles été sanctionnées uniquement à l'échelle de la France par l'Autorité de la concurrence ? Quelle autre institution les a sanctionnées et pour quelle raison ? Répondez en faisant le lien avec les conséquences sur le surplus du consommateur.



Doc. 16 : La sanction des abus de position dominante (Le livre scolaire 2019)



52. En quoi ces deux abus de position dominante sont-ils de nature à diminuer le surplus des consommateurs ? Empruntez le lien suivant afin de connaître la solution retenue par le Tribunal de justice de

l'Union européenne suite au recours de Google contre l'amende prononcée en 2018 par la Commission européenne :

<https://www.lesechos.fr/tech-medias/hightech/android-google-perd-son-recours-contre-la-justice-europeenne-1787878>

53. Sachant que le montant de l'amende infligée par la Commission européenne peut représenter jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires global de l'entreprise et que la maison mère de Google Alphabet a obtenu un chiffre d'affaires proche de 137 milliards d'euros en 2018, quel aurait pu être le montant maximal de l'amende infligée ?

54. Combien représente l'amende retenue en dernier recours en % du chiffre d'affaires de la maison-mère en 2018 ? Qu'en déduisez-vous ?

QCM sur Ecole directe ou Pronote : 2.D. LA POLITIQUE DE LA CONCURRENCE

Réalisez un schéma heuristique sur l'ensemble du chapitre.