

50 MOTS

POUR COMPRENDRE
LA CONCURRENCE

Autorité
de la concurrence



PARLEZ-VOUS “CONCURRENCE” ?



Pas assez de concurrence, trop de concurrence ? “Bonne” ou “mauvaise” concurrence ?... La concurrence est de tous les débats, et la crise économique actuelle ne fait que donner plus d'écho à ces questions.

Et si l'on commençait par définir les règles du jeu concurrentiel, leur vocation et comment elles s'appliquent dans les faits ?

Chaque lecteur suivra son propre itinéraire sur les sentiers de la concurrence, dans ce guide ludique qui joue “cartes sur table”. Les grandes questions sont posées (croissance, compétitivité, emploi, pouvoir d'achat...), les principes et le cadre juridique décryptés afin que chacun trouve ses propres clés de compréhension du sujet.

Pour compléter cet abécédaire de “50 mots”, vous découvrirez, en retournant le livret, 25 affaires qui illustrent de façon très concrète ce que la concurrence nous apporte au quotidien.

Bonne lecture à tous !



AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE
AVIS

AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE



Quelles sont les missions de l'Autorité de la concurrence ?

Autorité administrative indépendante créée en 2009 (succédant au Conseil de la concurrence, créé en 1986), l'Autorité de la concurrence est chargée de garantir le bon fonctionnement de la concurrence sur le marché, en remplissant trois missions complémentaires : sanction des pratiques anticoncurrentielles, contrôle des opérations de concentrations et recommandations publiques pour améliorer le fonctionnement des marchés.

Tout d'abord, l'Autorité sanctionne les infractions commises par les entreprises et qui nuisent à une concurrence "à armes égales" entre elles : ententes, cartels, abus de positions dominantes... Les ententes anticoncurrentielles portent un lourd préjudice aux consommateurs : elles peuvent provoquer des hausses artificielles de prix, limiter le choix offert aux consommateurs ou freiner l'innovation. Les entreprises peuvent également pâtir de comportements abusifs de la part d'acteurs dominants. Ces infractions peuvent être sanctionnées par des amendes.

Pour certaines pratiques, autres que les ententes secrètes, il existe une procédure de droit négocié (la procédure d'engagements) qui permet à l'entreprise contrevenante de prendre les devants et de proposer

de se mettre en conformité dans un délai très court.

Deuxièmement, l'Autorité contrôle les opérations de concentrations. Son rôle consiste à donner un "feu vert", "feu orange" (autorisation sous conditions) ou, très exceptionnellement, un "feu rouge" aux opérations de rachat ou de fusions d'entreprises, en amont de leur réalisation. L'objectif de ce contrôle *a priori* est d'éviter le renforcement de positions dominantes ou des atteintes à la concurrence au détriment des consommateurs.

**Sanctionner, contrôler, éclairer :
les trois missions de l'Autorité,
arbitre du jeu concurrentiel**

Enfin, l'Autorité de la concurrence éclaire le marché, au travers de son rôle consultatif, soit à la demande des pouvoirs publics ou d'autres organismes (syndicats, associations de consommateurs), soit de sa propre initiative. L'expertise qu'elle apporte sur le fonctionnement concurrentiel des différents marchés peut éclairer les pouvoirs publics et les entreprises, en particulier sur des marchés en mutation, comme par exemple le marché des télécommunications et d'Internet, mais aussi sur d'autres secteurs-clés de l'économie : agriculture, industrie automobile, distribution alimentaire, santé, services financiers...

Voir aussi : AVIS, ENGAGEMENTS, ENTENTE, FUSIONS, SANCTIONS

AVIS



Qui peut saisir l'Autorité de la concurrence pour avis? Quel impact ont les avis qu'elle rend?

À la demande des pouvoirs publics (gouvernement et Parlement), des collectivités territoriales, des juridictions ou encore des organisations syndicales, professionnelles ou de consommateurs, l'Autorité de la concurrence peut être amenée à rendre des avis sur toute question de concurrence. Les régulateurs sectoriels, tels que le CSA (audiovisuel), la CRE (énergie), l'ARCEP (postes et communications électroniques) ou l'ARAF (ferroviaire), ont également la possibilité de saisir pour avis l'Autorité.

“L'avocate de la concurrence”
auprès des acteurs publics et
des décideurs économiques

Par ailleurs, l'Autorité de la concurrence dispose de la faculté de rendre des avis de sa propre initiative sur toute question de concurrence et d'émettre des recommandations générales sur un marché ou un secteur particulier. Elle peut faire valoir son point de vue chaque fois qu'elle l'estime nécessaire, par exemple pour proposer

des pistes de réflexion, pour faire le bilan concurrentiel de textes en vigueur, pour enrichir la préparation de textes réglementaires ou législatifs ou encore pour recommander la prise de mesures nécessaires à l'amélioration du fonctionnement concurrentiel de certains marchés.

Cette faculté est fondamentale dans la mesure où elle permet à l'Autorité de se faire “l'avocate de la concurrence” auprès des acteurs publics et des décideurs économiques, et d'exercer un rôle de conseil et d'alerte, bien en amont de la mission répressive qui est aussi la sienne.

Les avis permettent aux entreprises du secteur concerné de disposer d'une grille de lecture: savoir à l'avance où se trouve la “ligne jaune” à ne pas dépasser en matière de droit de la concurrence.

Les entreprises peuvent ainsi
savoir où se trouve la “ligne
jaune” à ne pas dépasser

Une fois que l'Autorité s'est prononcée, il arrive que les acteurs du marché fassent évoluer spontanément leurs comportements. Parfois, les évolutions nécessaires ne peuvent se réaliser sans une intervention du législateur. La réforme législative peut alors s'appuyer sur l'expertise de l'Autorité, comme ce fut le cas récemment avec l'introduction, en

France, de l'action de groupe, qui fait suite à deux avis de l'Autorité de 2006 et 2011.

Ces dernières années, l'Autorité s'est notamment intéressée à la grande distribution (2010), à la réparation automobile (2012), à la distribution de médicaments d'automédication, au transport par autocar et aux taxis (2013), invitant les pouvoirs publics à engager une réflexion sur ces sujets sensibles.

Les avis de l'Autorité peuvent aussi proposer des solutions dans un contexte de crise. Depuis 2009, l'Autorité a ainsi rendu une dizaine d'avis dans le secteur agricole qui suggèrent des pistes aux agriculteurs, leur permettant de se regrouper en conformité avec le droit de la concurrence ou d'engager une contractualisation avec la grande distribution.

L'Autorité a également été très active pour faire des propositions en réponse à la problématique de la vie chère dans les DOM, qui a donné lieu à la loi de régulation économique outre-mer (loi Lurel). Cette loi renforce les pouvoirs de l'Autorité pour mieux traiter les problèmes de concurrence au stade de l'approvisionnement et ordonner, lorsque c'est nécessaire, la cession de grandes surfaces.

Voir aussi : OUTRE-MER

25 Zoom sur les affaires

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À PARIS.....	p.X
L'ENTRÉE DU 4 ^e OPÉRATEUR MOBILE.....	p.XVI
PUBLICITÉ LIÉE AUX RECHERCHES EN LIGNE.....	p.XVIII
VENTE EN LIGNE DE MÉDICAMENTS.....	p.XXI
ENTRETIEN ET RÉPARATION AUTOMOBILE.....	p.XXV

A large, stylized teal letter 'B' is the central focus of the image. The letter is composed of two main vertical strokes and a curved top and bottom. The word 'BUDGET' is written in white, uppercase, sans-serif font inside the upper curve of the letter. The background is a solid teal color, and the overall design is minimalist and modern.

BUDGET

BUDGET



Où vont les amendes ? Quel est le budget de l'Autorité de la concurrence ?

L'Autorité ne perçoit pas les amendes : cela serait naturellement en contradiction avec les principes d'indépendance et d'impartialité qui gouvernent ses décisions. Les amendes vont directement dans les caisses du Trésor Public, c'est-à-dire de l'État, de même que les contraventions que les citoyens paient. Rien de plus logique : l'Autorité sanctionne des comportements qui ont porté atteinte à l'ordre public économique.

Ainsi, le Trésor Public a collecté 540,5 millions d'euros d'amendes en 2012 et 156,5 millions d'euros en 2013. Les recours introduits à l'encontre de décisions de l'Autorité ne sont pas suspensifs, les amendes doivent par conséquent être payées dans un délai très court. Au 31/12/2013, le taux de recouvrement de l'année 2013 était de 98,5% .

L'Autorité de la concurrence fonctionne avec un budget dont la dotation est indépendante des sanctions qu'elle prononce. En 2012 et en 2013, il s'est élevé à 20 millions d'euros.

Ainsi, le solde, pour le budget de l'État, entre les dépenses liées à la régulation de

la concurrence et les recettes liées aux amendes s'avère largement positif : +520,5 millions d'euros en 2012 et +136,5 millions d'euros en 2013.

	2012	2013
Budget annuel	20 M€	20 M€
Amendes recouvrées par le Trésor Public	540,5 M€	160,5 M€
Solde pour le budget de l'État	+520,5 M€	+140,5 M€

Voir aussi : SANCTIONS

CHOIX
CLÉMENCE
COMPÉTITIVITÉ
CONCURRENCE
CONFORMITÉ
CONSEILLER AUDITEUR
CONSOMMATEUR
CRISE
CROISSANCE

CHOIX



Quels sont les bénéfices de la concurrence?

La concurrence favorise la diversité de l'offre pour les consommateurs : chacun peut ainsi trouver "chaussure à son pied".

Lorsqu'elles sont en situation de concurrence, les entreprises, pour conquérir les consommateurs, vont être incitées à se différencier les unes des autres (en termes de prix, de qualité, de service, de modes de distribution) et à innover, contribuant ainsi à la diversité de l'offre. Par exemple, dans des secteurs comme l'automobile, les consommateurs ont le choix entre différentes gammes de voitures et la concurrence internationale incite les constructeurs à rivaliser d'inventivité, que ce soit en termes de technologie ou de design, pour attirer les consommateurs. Si toutes les entreprises offraient un seul et unique bien ou service, présentant les mêmes caractéristiques, elles auraient peu de chance de séduire les consommateurs actuels ou de capter de nouveaux clients ! La diversité de l'offre permet aussi de répondre aux besoins de certaines "niches" de marché.

Quand le consommateur a le choix entre plusieurs offres répondant à un besoin donné, il peut se décider non seulement sur le critère du prix, mais

aussi sur la base d'autres critères, tels que la qualité ou le niveau de service. En fonction de ses besoins et de ses priorités, la qualité, le prix et le service seront plus ou moins déterminants dans son choix.

La concurrence ne joue pas que sur le prix, mais aussi sur la qualité, le service et la variété de l'offre

L'arrivée de nouveaux acteurs sur un marché engendre une plus grande variété de l'offre et même des innovations. Par exemple, Bouygues Télécom, en arrivant sur le marché (à la fin des années 90), a lancé le concept du "forfait". De même, les MVNO ont suscité l'apparition de forfaits innovants répondant à de nouveaux besoins, comme par exemple les offres dites "communautaires" ou celles adressées aux jeunes. Enfin, l'arrivée de Free sur le marché a popularisé les offres à bas prix et sans engagement.

Voir aussi : INNOVATION, PRIX, QUALITÉ

CLÉMENCE



La clémence ne soulève-t-elle pas des questions d'un point de vue moral ?

Commençons par en donner une définition. L'entreprise qui révèle une entente à laquelle elle a participé peut bénéficier d'une exonération totale d'amende (si elle est la première à demander la clémence et si elle apporte des informations suffisantes pour établir une infraction), et les suivantes d'une exonération partielle, en fonction de leur ordre d'arrivée et de la valeur ajoutée des preuves apportées.

Retournons ensuite la question : s'entendre avec ses concurrents pour pratiquer des prix plus élevés ou évincer une autre entreprise, est-ce "moral" ? La finalité de ce dispositif est la préservation de l'ordre public économique et de l'économie de marché. Les pratiques anticoncurrentielles, et en particulier les ententes et cartels, peuvent avoir des conséquences très dommageables pour les consommateurs et l'économie. Certaines entreprises s'affranchissent des règles de concurrence en faisant payer à leurs clients (consommateurs ou entreprises) un surprix artificiel qui résulte de ces pratiques, pouvant aller jusqu'à 20 % !

Les moyens de dissimulation des ententes utilisés sont aujourd'hui extrêmement sophistiqués (réunions secrètes, messages cryptés...), ce qui rend leur découverte

très difficile. Importée des États-Unis et très pratiquée auprès de la Commission européenne, la clémence est donc un moyen extrêmement efficace et de nombreuses autorités de concurrence en Europe disposent aujourd'hui d'une telle procédure (26 États membres sur 27).

La clémence permet d'agir à temps pour protéger l'entreprise

L'Autorité de la concurrence a pu détecter des ententes importantes – ayant porté préjudice aux PME ou aux consommateurs – grâce à son programme de clémence, notamment dans les secteurs de la distribution de produits chimiques (2013), de la farine en sachet (2012), de la lessive (2011) et de l'acier (2008). D'autres affaires sont en cours d'instruction. La clémence est non seulement un outil de détection, mais également un élément de déstabilisation interne du cartel: du simple fait de son existence, les participants à une entente courent le risque d'être démasqués à tout moment (même une fois le cartel dissous). Les entreprises concernées ont tout intérêt à jouer la carte de la clémence : c'est la garantie de ne pas se faire doubler et une bonne façon de tourner la page !

Zoom sur les affaires

FARINE EN SACHET	p.II
LESSIVE	p.XI

COMPÉTITIVITÉ



La politique antitrust menée par l'Autorité de la concurrence grève-t-elle la compétitivité de nos entreprises?

Les entreprises sont soumises à un “risque” de sanctions pécuniaires si elles commettent des pratiques anticoncurrentielles. Faut-il pour autant considérer que le droit de la concurrence constitue un “fardeau” qui grève leur compétitivité? Et en déduire qu’il serait bon, en période de crise, d’alléger le contrôle antitrust et les amendes?

Observer les règles de concurrence incite l'entreprise à rester en permanence compétitive, sans recourir à un “dopage” artificiel

Ce serait une grave erreur. En premier lieu, observer les règles de concurrence incite l'entreprise à rester en permanence compétitive, sans recourir à un “dopage” artificiel. Le dopage que constitue l'infraction aux règles antitrust – voire une législation restreignant la concurrence –, s'il peut être porteur de bénéfices à court terme, met en revanche en péril la compétitivité

à moyen et long terme de l'entreprise, et plus largement de la filière. À cet égard, on constate par exemple que les expériences passées de mise en sommeil de l'antitrust, notamment aux États-Unis entre 1933 et 1945, ont été très négatives pour l'économie de ce pays (cf. publications de H. Cole et L. Ohanian dans le *Journal of Political Economy* en 2004 et de Hayashi F. et E. Prescott dans la *Review of Economic Dynamics* en 2002).

En second lieu, une politique de concurrence laxiste ouvrirait la voie à des cartels “défensifs”, ainsi qu'à des pratiques d'abus, qui retarderaient l'innovation et sacrifieraient ainsi la croissance économique sur l'autel de l'immobilisme et du court-termisme.

À long terme, les législations restrictives de concurrence détruisent des emplois

Une étude sur le secteur de la grande distribution en France montre par ailleurs que des législations restrictives de concurrence sont en réalité destructrices d'emplois à long terme. L'ancienne législation sur l'urbanisme commercial (la “loi Royer”, dans sa rédaction antérieure à la réforme de 2008) a longtemps empêché l'arrivée de nouveaux concurrents, qui auraient animé le marché. Elle a également échoué à protéger le petit commerce.

Deux économistes français, Marianne Bertrand et Francis Kramarz, ont montré que cette loi, de 1974 à 1998, a été à l'origine d'une perte d'emplois de l'ordre de 7 à 15 % dans ce secteur en France, soit entre 112 000 et 240 000 emplois, et d'une hausse des prix, au détriment des consommateurs, dans les départements dans lesquels la loi était appliquée avec le plus de rigueur (*Quarterly Journal of Economics*, CXVII, 4, 2001).

Un autre exemple est celui de l'entente dans le secteur du travail temporaire, sanctionnée par l'Autorité en 2008. Du fait de l'entente, ce sont au minimum environ 790 équivalents emplois à temps plein (ramenés sur la période de l'entente) qui ont été affectés, soit un manque à gagner d'environ 20 millions d'euros de salaires pour les travailleurs intérimaires.

25

Zoom sur les affaires

COMMISSIONS INTERBANCAIRES.....	p.IV
SIGNALISATION ROUTIÈRE.....	p.VI
TRAVAIL TEMPORAIRE.....	p.XXIV
FRET FERROVIAIRE.....	p.XXVI

CONCURRENCE



À quoi sert la concurrence et pourquoi la réguler ?

La concurrence désigne le processus par lequel les entreprises rivalisent entre elles sur le marché pour satisfaire au mieux les attentes des clients, entreprises comme consommateurs. Le processus de rivalité prend différentes formes : les entreprises peuvent s'affronter par les prix, en misant par exemple sur des baisses de coûts de production ; les entreprises peuvent également tenter de se différencier les unes des autres par l'innovation ou la différenciation des produits (qualité, variété).

Comme la concurrence est un processus, il est possible qu'à un moment donné une entreprise se retrouve avec une forte part de marché, dès lors qu'elle a su, par ses mérites, satisfaire mieux que les autres les attentes des clients. Mais cette situation doit pouvoir être remise en cause par des concurrents qui seraient plus innovants ou plus efficaces, qu'ils soient déjà présents sur le marché ou nouveaux entrants.

Pour s'assurer que cette lutte entre entreprises se déroule à armes égales et selon les mérites propres de chacun, il est nécessaire de fixer des règles du jeu. Tel est précisément le rôle de la poli-

tique de concurrence, qui ne vise pas à protéger certains concurrents en particulier, fussent-ils de petite taille, mais à protéger le processus de concurrence lui-même.

Une lutte à armes égales
et selon les mérites propres
de chaque entreprise

Par exemple, les règles du jeu concurrentiel interdisent à des entreprises concurrentes de se répartir les clients ou de fixer des prix de manière concertée dans le but de supprimer toute rivalité entre elles (comportement d'entente).

De même, une entreprise en position dominante a certaines responsabilités. Elle ne peut mettre en œuvre à son avantage certains comportements, tels que des pratiques tarifaires ou non tarifaires ayant pour effet réel ou potentiel d'exclure des concurrents du marché, ou encore des pratiques de dénigrement des concurrents.

Si la concurrence n'est pas une fin en soi, elle constitue un puissant levier qui permet aux entreprises les plus méritantes de prendre place sur le marché, contribuant ainsi à dynamiser la croissance économique.

CONFORMITÉ



Quels outils l'entreprise peut-elle mettre en place pour prévenir les infractions au droit de la concurrence ?

Certaines entreprises sont parfois tentées de s'engager dans des pratiques illicites, espérant réaliser un gain économique immédiat. Un tel "calcul" s'avère souvent une stratégie perdante : une conquête commerciale reposant sur une distorsion des règles de concurrence est particulièrement fragile et peut être démasquée à tout moment par un concurrent, un client, un ancien salarié, ou encore une enquête de concurrence. Le risque est majeur, comme en témoignent les sanctions prononcées ces dernières années, tant par l'Autorité de la concurrence que par la Commission européenne. Cela nuit en outre à la réputation de l'entreprise.

Les programmes de conformité :
des mécanismes de contrôle,
d'alerte, mais aussi
de sensibilisation
et de formation des salariés

Mettre en œuvre un "programme de conformité" au droit de la concurrence permet en premier lieu à l'entreprise de

se protéger de ce risque juridique. Le programme de conformité peut l'aider à détecter rapidement d'éventuelles infractions commises au sein de l'entreprise, grâce à des mécanismes de contrôle et d'alerte. Prévenue suffisamment tôt, l'entreprise pourra ainsi mettre fin aux pratiques illicites de façon volontaire, voire solliciter la clémence, dans le cas d'une entente.

Le programme de conformité joue également un rôle préventif, notamment grâce à des mesures d'information, de sensibilisation et de formation des salariés. La diffusion de la culture de la conformité doit concerner tous les niveaux de l'entreprise, de la direction aux équipes commerciales de terrain, en passant par les cadres juridiques. Une prise de position claire, ferme et publique de l'entreprise en faveur du respect des règles de concurrence constitue une condition-clé de réussite d'un programme de conformité.

L'Autorité de la concurrence encourage de façon déterminée les programmes de conformité. Elle a adopté une politique originale à cet égard, afin de récompenser les engagements concrets et crédibles de mise en place de programmes de conformité.

Voir aussi : CLÉMENCE

Pour en savoir plus : DOCUMENT CADRE
DU 10 FÉVRIER 2012 SUR LES PROGRAMMES
DE CONFORMITÉ AUX RÈGLES DE CONCURRENCE

CONSEILLER AUDITEUR



Quel est le rôle du conseiller auditeur ?

Créé par la LME du 4 août 2008, le conseiller auditeur est un médiateur procédural disponible pour aider les entreprises mises en cause ou saisissantes à prévenir ou à désamorcer d'éventuelles difficultés liées au déroulement de la phase contradictoire de la procédure de contrôle des pratiques anticoncurrentielles.

À cette fin, les parties ont la possibilité de se tourner vers lui, dès la réception de la notification de griefs et jusqu'à la réception de la convocation à la séance, lorsqu'elles estiment qu'un fait ou un acte de procédure pose une question relative au respect de leurs droits.

Le conseiller auditeur peut aussi agir de sa propre initiative. S'il l'estime utile, il peut alors faire part de conseils ou de propositions sur la suite de la procédure. Il ne prend pas de décision, dans la mesure où cette prérogative est exercée collégialement par les membres de l'Autorité, à l'issue de la séance. C'est donc par la rédaction d'un rapport adressé au président de l'Autorité de la concurrence, en prévision de la séance, que le conseiller auditeur clôt son intervention.

Voir aussi : PROCÉDURE

CONSUMMATEUR



L'Autorité de la concurrence privilégie-t-elle le consommateur au détriment du producteur ?

Si l'objectif ultime de la politique de la concurrence est de protéger les consommateurs, ce terme doit être entendu en un sens très large : il inclut non seulement les consommateurs finaux mais également les entreprises qui sont clientes d'autres entreprises.

L'Autorité sanctionne les ententes qui ciblent directement les consommateurs finaux, en gonflant artificiellement les prix (ex. : crédit immobilier, jouets, téléphonie mobile, lessive, farine, etc.) ou en limitant le choix et la qualité (ex. : exclusivité de distribution de l'iPhone).

Mais l'Autorité intervient également pour restaurer le processus concurrentiel au bénéfice des entreprises clientes, et notamment des PME ou de nouveaux entrants sur le marché. Il peut s'agir par exemple de sanctionner des pratiques d'exclusion de PME ayant un potentiel de croissance (ex : affaire Google/Navx, médicaments génériques), ou bien encore de réprimer des ententes sur des marchés de biens intermédiaires (ex : cartel de l'acier, entente dans le secteur du travail temporaire, entente dans le secteur de la distribution de produits chimiques).

Une étude sur les cartels détectés par la Commission européenne montre ainsi que 60 % des cartels se trouvent dans des industries de produits intermédiaires et affectent donc directement la compétitivité d'entreprises.

60%

des cartels sanctionnés par la Commission européenne concernent des biens intermédiaires et affectent donc directement la compétitivité d'entreprises

Il ne serait pas exact d'opposer l'intérêt des consommateurs à l'emploi. La concurrence, en augmentant la productivité, conduit à doper la croissance économique et donc l'emploi. Des études empiriques ont ainsi montré que l'ouverture à la concurrence pouvait être favorable à la fois à la baisse des prix et à l'emploi, notamment dans le secteur du transport de marchandises en France¹, où les prix ont baissé de 11 % entre 1986 et 1993 et où 46 000 emplois ont été créés (130 000 entre 1986 et 2001), ou dans le secteur aérien², où l'emploi a crû de 14 % entre 1992 et 2001.

La concurrence est ainsi bénéfique tant pour les consommateurs que pour les entreprises et le niveau de l'emploi.

Des études empiriques ont montré que l'ouverture à la concurrence pouvait être favorable à la fois à la baisse des prix et à l'emploi

Pour autant, la concurrence n'est pas suffisante à elle seule pour stimuler la croissance. Elle n'est qu'un ingrédient parmi d'autres. Une politique de croissance suppose également un environnement réglementaire et fiscal stable et adapté, des investissements publics dans des biens collectifs tels que l'éducation, les infrastructures, le soutien à l'innovation et à la recherche-développement.

Voir aussi : CROISSANCE, DÉDOMMAGEMENT DU CONSOMMATEUR, EMPLOI, PME

25 Zoom sur les affaires

JOUETS	p.IX
LESSIVE	p.XI
TÉLÉPHONIE MOBILE	p.XIV
FRET FERROVIAIRE	p.XXVI

¹ Émile Quinet, "Les politiques de libéralisation des transports : une analyse comparative", *Problèmes Économiques*, 1999, novembre

² UK Civil Aviation Authority on *The Effect of Liberalisation on Aviation Employment* (2004), www.caa.co.uk/docs/33/cap749.pdf

CRISE



À l'heure d'une crise économique sans précédent, les autorités de concurrence ne devraient-elles pas faire preuve de "modération" ?

Demander aux autorités de concurrence de "lever le pied" en temps de crise, c'est dire en creux que l'on accepte que les pratiques anticoncurrentielles perdurent et fleurissent durant cette période. Il faudrait alors démontrer qu'une économie dans laquelle prospèrent les cartels et autres abus de marché prépare mieux l'avenir, le rebond, la sortie de crise qu'une économie qui mise sur les vertus de la concurrence!

Aucune étude empirique ne vient étayer cette affirmation. En revanche, plusieurs études, notamment sur les États-Unis durant la Grande Dépression, montrent qu'une mise en sommeil des autorités antitrust conduit à ralentir la croissance économique, en limitant l'innovation et l'adaptation des entreprises au changement. Une période de crise économique est souvent associée à un processus de "destruction créatrice" : de nouveaux secteurs, modèles économiques et acteurs apparaissent sur le marché, ce qui nécessite que les entreprises installées s'adaptent au changement plutôt que de miser sur un illusoire et temporaire immobilisme, au moyen de pratiques anticoncurrentielles.

L'argument de la modération antitrust est aussi parfois mobilisé lors d'une sortie de crise, en expliquant qu'il ne faudrait pas entraver la reprise par une politique antitrust trop active. Ainsi, ce ne serait jamais le bon moment pour mener une politique de concurrence. En réalité, celle-ci ne doit être ni procyclique, ni contracyclique.

S'adapter au changement plutôt que miser sur un illusoire et temporaire immobilisme

Cela ne veut pas dire pour autant que les autorités de concurrence doivent rester indifférentes à la situation individuelle des entreprises, qui peuvent souffrir de la crise économique. Il serait en effet paradoxal que l'imposition d'une amende conduise à la disparition d'un concurrent et à une réduction de l'intensité concurrentielle sur le marché. Par conséquent, lorsque l'entreprise qui fait l'objet d'une sanction se trouve confrontée à des difficultés financières, l'Autorité de la concurrence peut ajuster à la baisse le montant de la sanction, en prenant en compte sa "capacité contributive". L'Autorité fait régulièrement droit à ce type de demande et dans certains cas a accordé des réductions pouvant atteindre 88 %.

CROISSANCE



Des gisements de croissance peuvent-ils être exploités grâce au levier de la concurrence ?

La croissance économique représente l'augmentation de la richesse produite par un pays au cours d'une période donnée (en général l'année). Elle est le fruit d'une alchimie complexe qui se compose d'ingrédients tels que l'éducation et le capital humain, la recherche-développement, la qualité des infrastructures, la qualité et la stabilité du système politique, fiscal et légal.

Parmi ces ingrédients figure également la concurrence: elle permet l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché avec des modèles économiques plus efficaces et constitue, pour les entreprises installées, un aiguillon qui les incite à innover en permanence et à améliorer leur productivité.

Or, la productivité constitue aujourd'hui l'un des principaux ressorts de la croissance économique. En conséquence, la politique de la concurrence, qui vise à garantir le maintien d'une concurrence durable sur le marché, participe indirectement à l'objectif d'une croissance économique soutenue.

Une étude empirique récente sur les pays de l'OCDE montre que la vigueur de la politique de la concurrence exerce en effet une influence positive sur la productivité.

La concurrence : un aiguillon
qui incite les acteurs en place
à innover

Plus que jamais, la concurrence comme outil, comme levier de la croissance économique est amenée à jouer un rôle majeur. En effet, dans un monde globalisé, où le progrès technique est permanent, la croissance n'est plus un long fleuve tranquille ; elle prend davantage la forme d'un processus de "destruction créatrice" continu : de nouvelles opportunités d'activités émergent sur le marché, qu'il faut savoir saisir à temps, comme le montre l'exemple du commerce en ligne.

L'enjeu aujourd'hui pour un pays comme la France, qui a effectué son rattrapage économique durant les Trente Glorieuses, est de miser sur une nouvelle croissance basée sur l'innovation (sous toutes ses formes) et l'adaptation au changement. La concurrence peut y contribuer grandement, même si elle ne constitue pas le seul ingrédient de la croissance.



DÉCISION
DÉDOMMAGEMENT DU CONSOMMATEUR
DIALOGUE
DROIT DE LA CONCURRENCE

DÉCISION



Quels sont les types de décisions prises par l'Autorité de la concurrence ?

L'Autorité de la concurrence délivre deux types de décisions : les décisions d'autorisation de concentrations d'entreprises et les décisions relatives à des pratiques anticoncurrentielles.

Les décisions en matière de contrôle des concentrations

Gardienne de la structure des marchés, l'Autorité de la concurrence a pour mission, depuis mars 2009 (réforme de la loi LME), d'examiner tous les projets de concentrations dès que l'opération dépasse un certain seuil. Elle peut autoriser l'opération, avec ou sans conditions, ou bien l'interdire. Les conditions peuvent consister en des engagements structurels ou comportementaux (Voir: FUSIONS).

Les décisions en matière de pratiques anticoncurrentielles

À l'issue d'une procédure contradictoire au cours de laquelle l'ensemble des parties auront fait valoir leurs points de vue, le collège peut décider qu'il n'y a pas lieu de poursuivre la procédure (décision de non-lieu), rejeter la saisine pour défaut d'éléments probants (décision de rejet), ou bien constater une infraction.

Lorsqu'il constate l'existence d'infractions, le collège peut prononcer des sanctions, imposer des injonctions ou encore obtenir de l'entreprise des engagements volontaires de changement de comportement pour l'avenir.

Plusieurs types de décisions existent :

- Les mesures conservatoires
Face à une situation d'urgence nécessitant une intervention rapide, l'Autorité peut prononcer des mesures d'urgence, en attendant de se prononcer au fond. Cette décision intervient dans des délais extrêmement brefs, généralement trois à quatre mois après la saisine.
- Les décisions prononçant des sanctions
 - La sanction pécuniaire
L'Autorité peut infliger une sanction qui, en théorie, peut aller jusqu'à 10 % du chiffre d'affaires mondial de l'entreprise. Conformément à la loi, cette sanction est individualisée. Elle est proportionnée dans chaque affaire à la gravité de la pratique, au dommage porté à l'économie du secteur, à la situation de l'entreprise et à une éventuelle réitération.
 - L'obligation de publication
Afin de donner une publicité suffisante à la décision, l'Autorité a la faculté d'en ordonner la publication dans la presse. Généralement, c'est un extrait de la décision, expliquant

la raison de la condamnation, qui est publié. L'objectif est alors d'informer les entreprises du secteur et le grand public de la nocivité du comportement illicite.

- L'injonction

L'Autorité peut également enjoindre à l'auteur des pratiques anticoncurrentielles de cesser la pratique incriminée ou, de façon positive, de modifier ses comportements afin de se conformer au droit de la concurrence.

- Le non respect d'injonction

S'il s'avère qu'une précédente décision d'injonction n'a pas été suivie d'effet, l'Autorité a la possibilité de prononcer des astreintes ou une sanction.

• Les décisions d'acceptation d'engagements

Dans un certain nombre de cas, il est possible de clore un dossier dans le cadre d'une procédure "négociée". Il n'y aura alors pas de constat d'infraction et l'entreprise s'engagera à changer de comportement pour l'avenir, au bénéfice de l'économie.

Dans ce cas, après avoir échangé avec l'entreprise, l'Autorité de la concurrence lui adresse des préoccupations de concurrence. L'entreprise y répond en proposant des engagements. À l'issue

d'un "test de marché", et d'une séance devant le collège, au cours de laquelle toutes les parties peuvent s'exprimer, l'Autorité peut demander une modification des engagements ou rendre obligatoires ceux qui ont été présentés par l'entreprise concernée. Cette procédure permet de vérifier que les engagements répondent effectivement aux préoccupations de concurrence. Si ce n'est pas le cas, l'Autorité peut renvoyer le dossier à l'instruction afin qu'il soit traité dans un cadre contentieux.

Voir aussi : ENGAGEMENTS, FUSIONS, MESURES D'URGENCE, SANCTIONS

DÉDOMMAGEMENT DU CONSOMMATEUR



Les consommateurs ayant subi un préjudice lié à des pratiques anticoncurrentielles se verront-ils un jour dédommagés ?

Les décisions de sanction rendues par l'Autorité visent à punir une atteinte à l'ordre public concurrentiel mais ne constituent pas une réparation du préjudice subi par les victimes, qui peuvent notamment être des consommateurs.

Or, un cartel bien organisé, sévissant depuis plusieurs années, peut conduire à des hausses de prix importantes et causer ainsi un préjudice élevé aux consommateurs... Pourtant, ces derniers se trouvent aujourd'hui démunis pour pouvoir obtenir réparation du préjudice qu'ils ont subi...

C'est pourquoi l'Autorité de la concurrence se montre favorable à la mise en place d'un mécanisme "*d'action collective*" (demande de dédommagement collective). Pour des raisons d'équité, il est en effet essentiel aux yeux de l'Autorité que les consommateurs puissent obtenir réparation des préjudices qu'ils ont subis. Les actions de groupe permettraient de rééquilibrer le rapport de force entre des entreprises puissantes (souvent de grands

groupes) et des consommateurs par nature isolés et dont les moyens restent limités sur le plan individuel. Par ailleurs, l'existence de tels mécanismes peut contribuer à renforcer la dissuasion en faisant du consommateur un véritable acteur de la régulation concurrentielle.

L'Autorité est favorable à la mise en place d'un système d'action collective afin que les victimes des cartels puissent obtenir réparation

L'Autorité souhaite éviter un système de réparation "à deux vitesses". Si les entreprises empruntent souvent la voie transactionnelle, les victimes, quant à elles, n'ont pas de moyens efficaces à leur disposition pour agir. Elles subissent de "petits" préjudices (pris individuellement), dont le montant est inférieur au coût d'une action individuelle devant la justice.

L'entente entre les principaux opérateurs de téléphonie mobile, condamnés en 2005 par le Conseil de la concurrence, l'illustre bien. Faute d'action de groupe, les victimes avaient pour seule possibilité d'intenter une action en justice, soit seules, soit en se joignant à la procédure engagée par l'UFC-Que Choisir devant le tribunal de commerce de Paris. L'action de l'association de

consommateurs a été rejetée, ce qui montre qu'il n'existe pas, pour l'heure, de solution pour que les victimes de pratiques anticoncurrentielles obtiennent réparation de leur préjudice.

L'Autorité de la concurrence est naturellement favorable à la mise en place d'un système prévoyant tous les garde-fous nécessaires pour éviter les dérives du modèle américain dont les excès mettent en péril la compétitivité des entreprises pour ne profiter que très peu aux consommateurs.

Elle est en particulier très attachée à ce qu'il y ait une bonne articulation des procédures dans le temps, les actions civiles devant être consécutives ou complémentaires à celles portées devant elle.

Le projet de loi Consommation (projet de loi Hamon) visant à introduire l'action de groupe en France et à développer la médiation collective était en discussion au Parlement en janvier 2014. L'Autorité de la concurrence a apporté sa contribution qui renforce l'effectivité de ces nouvelles possibilités tout en conservant le schéma d'ensemble proposé par le gouvernement, qui constitue un premier pas utile.

Voir aussi : CONSOMMATEUR, PRIX, SANCTIONS

DIALOGUE



L'Autorité de la concurrence est-elle ouverte au dialogue avec les entreprises ?

De façon générale, l'Autorité est soucieuse de favoriser un climat de confiance et de sécurité pour les entreprises et veille à ce que les règles de concurrence soient appliquées avec constance et régularité.

Le développement des procédures négociées

L'essor des procédures négociées, qu'elles soient alternatives à la sanction (engagements, institués par le législateur en 2004) ou menées dans un cadre contentieux (clémence, non-contestation des griefs, institués par le législateur en 2001), a profondément fait évoluer les relations entre l'institution et les entreprises. Ces relations sont fondées sur le dialogue, y compris dans le cadre contentieux. Depuis 2008, les engagements représentent environ un tiers des décisions de l'Autorité ; par ailleurs près d'un tiers des décisions contentieuses donne lieu à l'application de la clémence ou de la non contestation de griefs.

L'essor d'une *soft law* : les lignes directrices

Par ailleurs, l'Autorité publie depuis plusieurs années des documents dont la

vocation est d'expliciter ses procédures, de façon à offrir aux entreprises davantage de transparence. Ces "lignes directrices" ont aussi pour vocation de leur donner des conseils pratiques, de les aider à mener leur stratégie de conformité au droit de la concurrence et, si elles commettent une infraction, à mesurer, le cas échéant, l'intérêt d'une procédure négociée (non-contestation des griefs, engagements).

En matière de sanctions, l'Autorité a publié, le 16 mai 2011, un communiqué expliquant de façon détaillée la méthode qu'elle suit concrètement pour appliquer au cas par cas les critères prévus par le Code de commerce (gravité des faits, importance du dommage causé à l'économie, situation individuelle de l'entreprise ou du groupe auquel elle appartient, et réitération).

Une relation fondée
sur le dialogue

L'Autorité a également publié en février 2012 un "Communiqué" sur la procédure de non-contestation des griefs. Enfin, en matière de conformité, l'Autorité a publié, le même jour, un "document-cadre" ainsi qu'une brochure à destination des entreprises.

Des consultations publiques régulières

Avant leur adoption et à l'occasion de leur révision, l'Autorité soumet ces lignes directrices à consultation publique (comme ce fut le cas tout récemment avec les "Lignes directrices de contrôle des concentrations"). L'Autorité nourrit ainsi un dialogue permanent et constructif avec les entreprises, leurs juristes, leurs conseils et les universitaires. Avant leur publication définitive, l'Autorité analyse dans le détail les observations recueillies et prend en compte celles qui permettent d'améliorer le texte, tout en restant conforme à la réglementation.

Ce dialogue se prolonge parfois lors des tables rondes publiques organisées par l'Autorité, "*les Rendez-Vous*". Les débats sont filmés et peuvent être visionnés sur le site internet de l'Autorité.

Les enquêtes sectorielles

La volonté d'ouverture se manifeste également dans la façon dont l'Autorité de la concurrence mène ses enquêtes sectorielles. À la demande du gouvernement, du Parlement ou de sa propre initiative, l'Autorité peut effectuer le diagnostic du fonctionnement concurrentiel d'un secteur et formuler des recommandations, qui s'adressent aux opérateurs économiques concernés ou aux pouvoirs publics.

Lorsqu'elle conduit une enquête sectorielle, l'Autorité est à l'écoute des entreprises du secteur et instaure avec celles-ci un

dialogue approfondi. Elle peut être amenée, lorsque les enjeux des enquêtes et des recommandations sont particulièrement complexes, à procéder à des consultations publiques sur la base d'un rapport d'étape ou d'un document de travail.

Voir aussi : CLÉMENCE, ENGAGEMENTS, ENQUETE SECTORIELLE

DROIT DE LA CONCURRENCE



Quelles règles applique l'Autorité de la concurrence ?

L'Autorité applique non seulement le droit national de la concurrence, mais également le droit européen de la concurrence dès qu'une pratique est susceptible d'affecter de façon significative le commerce entre les États membres.

Les articles L. 420-1 et L. 420-2 du Code de commerce ainsi que les articles 101 et 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE) décrivent les principales pratiques prohibées : ententes et abus de position dominante. Les articles du TFUE sont appliqués uniformément dans les 27 pays de l'Union européenne.

Les ententes anticoncurrentielles peuvent être qualifiées d'"horizontales" (les concurrents fixent en commun les prix, se répartissent les marchés ou les clients, ou encore se partagent des quotas de production) ou de "verticales" (entente entre un fabricant et des distributeurs, par exemple).

Les abus de position dominante sont des stratégies par lesquelles une entreprise en position dominante abuse de son pouvoir de marché vis-à-vis d'entreprises

concurrentes (évic­tion, dénigrement, prix prédateurs) ou clientes (traitement discriminatoire).

Les principales pratiques prohibées sont les ententes et les abus de position dominante

Article L. 420-1 du Code de commerce :
“Sont prohibées (...), lorsqu’elles ont pour objet ou peuvent avoir pour effet d’empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence sur un marché, les actions concertées, conventions, ententes expresses ou tacites ou coalitions, notamment lorsqu’elles tendent à :

- 1° *Limiter l’accès au marché ou le libre exercice de la concurrence par d’autres entreprises ;*
- 2° *Faire obstacle à la fixation des prix par le libre jeu du marché en favorisant artificiellement leur hausse ou leur baisse ;*
- 3° *Limiter ou contrôler la production, les débouchés, les investissements ou le progrès technique ;*
- 4° *Répartir les marchés ou les sources d’approvisionnement.”*

Article L. 420-2 du Code de commerce :
“Est prohibée (...) l’exploitation abusive par une entreprise ou un groupe d’entreprises d’une position dominante sur le marché intérieur ou une partie substantielle de celui-ci. Ces abus peuvent notamment consister en refus de vente, en ventes liées

ou en conditions de vente discriminatoires ainsi que dans la rupture de relations commerciales établies, au seul motif que le partenaire refuse de se soumettre à des conditions commerciales injustifiées.

Est en outre prohibée (...) l’exploitation abusive (...) de l’état de dépendance économique dans lequel se trouve à son égard une entreprise cliente ou fournisseur. (...)”

Outre la sanction des pratiques anticoncurrentielles, l’Autorité détient des compétences consultatives (voir : AVIS) et, depuis 2009, le Code de commerce lui confère également la mission de contrôler en amont les opérations de concentrations d’entreprises (voir : FUSIONS).

Voir aussi : AVIS, DÉCISION, ENTENTE, FUSIONS, POSITION DOMINANTE (ABUS DE), PROCÉDURE, RECOURS

ÉCONOMIE DE MARCHÉ
EMPLOI
ENGAGEMENTS
ENQUÊTE SECTORIELLE
ENTENTE
EUROPE

ÉCONOMIE DE MARCHÉ



Pourquoi faut-il des règles du jeu et un arbitre ?

L'ordonnance de décembre 1986, qui a mis fin à la réglementation des prix, a mis en place une économie de marché fondée sur la liberté des prix et la libre concurrence.

Toutefois, il n'y a pas de liberté sans règles, pas de concurrence sans garde-fous. La concurrence, ce n'est pas le non-droit ni la "loi de la jungle" ou celle du plus fort. La concurrence, c'est, au contraire, la loi du plus méritant. Il faut donc un gendarme, un arbitre, qui fixe les règles du jeu et sorte, si besoin est, le carton rouge à l'encontre des entreprises qui les enfreignent.

La régulation de la concurrence est complémentaire de la politique de protection des consommateurs (informations obligatoires, clauses abusives, lutte contre la fraude) et de la régulation économique menées par le gouvernement et les autorités sectorielles indépendantes (banque et finance, télécommunications, énergie, protection des données personnelles), qui contribuent également à corriger le jeu du marché, afin qu'il bénéficie à tous.

S'attaquer aux rentes illicites qui freinent l'innovation et grèvent le pouvoir d'achat

Tout particulièrement, dans un contexte de crise économique, une régulation de la concurrence indépendante est non seulement une nécessité pour préserver l'ordre public concurrentiel mais également un levier de politique économique pour stimuler la croissance, en s'attaquant aux rentes illicites qui freinent l'innovation, grèvent le pouvoir d'achat et *in fine* l'emploi.

L'Autorité est un arbitre impartial et ferme qui, en faisant respecter les règles définies par la loi, préserve une concurrence par les mérites.

La concurrence n'est pas une fin en soi mais seulement un outil. Elle est une condition pour permettre aux entreprises de lutter "à armes égales" sur le marché, de se développer et de créer de l'emploi.

Voir aussi : CROISSANCE, EMPLOI, INNOVATION

EMPLOI



La concurrence risque-t-elle de détruire des emplois ?

La concurrence est un aiguillon qui incite en permanence les entreprises à donner le meilleur d'elles-mêmes en innovant et en modifiant si nécessaire leur modèle économique. Ce processus d'adaptation et d'évolution constitue l'une des clés de la croissance économique et *in fine* de l'emploi.

Non seulement la concurrence permet à de nouvelles sociétés innovantes de se faire une place sur le marché, mais elle incite aussi les acteurs déjà présents à ne pas se constituer une "rente de situation", dans laquelle le consommateur serait perdant aujourd'hui et le salarié demain. Les gains de productivité que la concurrence induit ne détruisent pas l'emploi, bien au contraire. Une étude empirique sur la France montre qu'au cours des années 1980-1990 ce sont les entreprises dont la productivité a cru le plus vite qui ont créé le plus d'emplois¹ !

À moyen terme et dans bien des cas, les emplois créés par les nouveaux entrants dépassent largement les emplois détruits

En ce sens, on peut considérer que la politique de concurrence, en stimulant l'innovation et la productivité, participe, avec d'autres instruments (politique éducative, politique d'innovation, etc.), à l'objectif de croissance et d'emploi. Une étude empirique récente sur les pays de l'OCDE montre ainsi qu'il existe un lien positif entre la vigueur de la politique de concurrence et la croissance de la productivité².

Pour autant, la concurrence peut entraîner des déplacements d'emplois entre les entreprises d'un même secteur, entre secteurs d'activité ou entre régions, générant ainsi des coûts de transition. Ces coûts sociaux dans les réallocations d'emplois peuvent être toutefois limités dès lors que des politiques adéquates sont mises en œuvre sur le marché du travail et de la formation, visant notamment à préparer les mutations, accompagner et mieux former les salariés.

Par ailleurs, l'établissement d'un bilan "coûts-avantages" de la concurrence sur l'emploi ne peut se faire qu'avec un recul suffisant pour avoir une vision globale. À court terme, la baisse des prix induite par la concurrence peut conduire à une hausse des volumes, ce qui est favorable au maintien de l'emploi. À moyen terme et dans bien des cas, les emplois créés par les nouveaux entrants dépassent les emplois détruits.

Et il faut également tenir compte des emplois indirects créés dans d'autres secteurs. Prenons l'exemple d'une compagnie aérienne, qui inaugure une ligne en concurrence avec un autre opérateur. La baisse des prix qui en résulte va par exemple développer le tourisme dans la région concernée, induisant ainsi des créations d'emplois dans des secteurs comme l'hôtellerie et la restauration.

¹ "Ralentissement de la productivité et réallocations d'emplois : deux régimes de croissance". Richard Duhautois, Bruno Crépon. *Economie et statistique*, 2003, N° 367.

² "Competition Policy and Productivity Growth: An Empirical Assessment". Paolo Buccirossi, Lorenzo Ciari, Tomaso Duso, Giancarlo Spagnolo, and Cristiana Vitale, May 17, 2011.

ENGAGEMENTS



Peut-on parfois négocier avec l'Autorité de la concurrence ?

Tant en matière de contrôle des concentrations que dans certaines affaires antitrust, les entreprises disposent de la possibilité de proposer des solutions aux problèmes de concurrence soulevés par l'Autorité de la concurrence.

Les "remèdes" en matière de contrôle des concentrations

Lorsque l'Autorité a identifié des risques d'atteinte à la concurrence, les entreprises concernées peuvent proposer des engagements. Ceux-ci peuvent être structurels (ex : cessions d'actifs) ou comportementaux (ex : modification de conditions contractuelles, séparation fonctionnelle).

La procédure d'engagements

La procédure d'engagements permet à une entreprise de prendre elle-même les devants afin de proposer des solutions et de clore un dossier dans le cadre d'une procédure dite "négociée", avant que ne s'ouvre la phase contentieuse. Il n'y aura alors pas de constat d'infraction et l'entreprise s'engagera à changer de comportement pour l'avenir, au bénéfice de l'économie.

L'Autorité de la concurrence, après avoir échangé avec elle, lui adresse des préoccupations de concurrence. L'entreprise y répond en proposant des engagements.

À l'issue d'un "test de marché", et d'une séance devant le collège, au cours de laquelle toutes les parties peuvent s'exprimer, l'Autorité peut demander une modification des engagements ou rendre obligatoires ceux qui ont été présentés par l'entreprise concernée.

Une procédure "gagnant - gagnant"

La procédure d'engagements permet ainsi de régler rapidement certaines situations très en amont en évitant la lourdeur d'une instruction. Elle ne peut cependant pas s'appliquer aux cas d'ententes secrètes.

Voir aussi : CLÉMENCE, DÉCISION, PLAINTÉ

25 Zoom sur les affaires

COMMISSIONS INTERBANCAIRES.....	p.IV
TÉLÉVISION.....	p.XIX
FRET FERROVIAIRE.....	p.XXVI

ENQUÊTE SECTORIELLE

Pourquoi l'Autorité ouvre-t-elle des enquêtes sectorielles dans un secteur plutôt qu'un autre?

En matière consultative, l'Autorité de la concurrence est obligatoirement consultée par le gouvernement sur les projets de textes réglementaires ayant un impact sur la concurrence. Les commissions parlementaires, les collectivités territoriales, les organisations de consommateurs et les organisations professionnelles et syndicales peuvent également la saisir pour qu'elle rende un avis sur une question de concurrence.

Elle dispose également de la capacité de s'autosaisir pour avis. Étant donné qu'une part importante de ses ressources est déjà mobilisée par l'activité contentieuse, le contrôle des concentrations et les saisines pour avis, elle ne peut affecter que des ressources limitées aux "enquêtes sectorielles" qu'elle lance de sa propre initiative.

L'Autorité doit donc, chaque année, se fixer des priorités. Elle sélectionne les secteurs d'activité dans lesquels elle estime que la concurrence pourrait être améliorée au bénéfice des consommateurs ou ceux dans lesquels les acteurs du marché et/ou les pouvoirs publics pourraient tirer profit de ses recommandations.

Elle a ainsi mené ces dernières années plusieurs enquêtes sectorielles dans des secteurs variés – distribution, publicité en ligne, automobile, e-commerce – et s'apprête à publier des avis dans les secteurs de la distribution de médicaments et des transports collectifs par autocar.

Passer à la loupe des secteurs-clés dans lesquels existent des gisements de pouvoir d'achat

Ces enquêtes sectorielles élargissent encore le champ déjà très large des problématiques abordées par l'Autorité dans le

cadre de son activité consultative (généralisation de l'assurance complémentaire santé, déploiement de la fibre optique, itinérance sur les réseaux mobiles, distribution de la presse, distribution alimentaire à Paris, etc.).

De nombreux champs de la vie quotidienne des Français sont ainsi passés "à la loupe" en vue de dégager des perspectives d'amélioration, au bénéfice du pouvoir d'achat des consommateurs et de la compétitivité de notre économie.

Voir aussi : AVIS, SECTEURS D'ACTIVITÉ

LES ENQUÊTES SECTORIELLES MENÉES PAR L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE DEPUIS 2009

2009	Transports - le rôle des gares et l'intermodalité
2010	Contrats d'affiliation dans la grande distribution
	Publicité en ligne / Google
	Offres de convergence dans les télécoms
2011	Distribution alimentaire à Paris
2012	Entretien et réparation automobile
	Commerce en ligne
2013	Médicaments
2014	Transport interrégional par autocar

ENTENTE



Quelles sont les conséquences des ententes entre entreprises ?

Les ententes horizontales entre entreprises (appelées dans certains cas “cartels”), qui ont pour seul objet ou effet de restreindre la concurrence, ont des conséquences désastreuses pour le secteur d’activité concerné, et plus largement pour l’ensemble de l’économie.

Ces ententes illicites peuvent prendre de multiples formes : entente sur les prix de vente aux consommateurs, répartition entre concurrents de marchés ou de clients, limitation concertée de la production. De même, les échanges d’informations confidentielles ou stratégiques (ex : coûts de production, parts de marché, etc.) entre concurrents sont susceptibles d’être qualifiés d’ententes illicites.

Quelles conséquences ces pratiques ont-elles sur l’économie ? En premier lieu, les ententes engendrent des surprix injustifiés pour les consommateurs, qu’ils s’agissent de ménages ou de PME clientes. Sur les marchés des biens intermédiaires par exemple, les ententes gonflent les coûts de production des entreprises clientes, au détriment de leur compétitivité, et ce surcoût se répercute sur leurs prix de vente ou obère leurs marges. Sur les marchés de biens finaux,

c’est le pouvoir d’achat des consommateurs qui est amputé.

En deuxième lieu, les ententes freinent l’émulation qui devrait exister entre les entreprises qui y prennent part : celles-ci n’innovent plus pour gagner des parts de marché et ne cherchent plus à se renouveler. Si ce type de comportement peut sembler procurer un gain à court terme, il nuit à la compétitivité des entreprises et donc à l’économie du pays à moyen et long terme, en bridant la croissance et l’emploi.

Le démantèlement de l’entente dans le secteur de la signalisation routière a fait chuter les prix de près de

20 %

En sanctionnant fermement les ententes, comme elle a pu le faire en 2005 dans la téléphonie mobile (534 millions d’euros d’amendes), l’Autorité a contribué à restaurer une dynamique concurrentielle en termes de prix et de qualité. Le cercle vertueux entamé dans ce secteur a permis aux consommateurs français de bénéficier d’offres à des prix attractifs au regard de ceux pratiqués en Europe. L’arrivée d’un quatrième opérateur a encore renforcé cette émulation entre opérateurs et diversifié les offres. La croissance du

secteur a entraîné avec elle l'éco-système des PME sous-traitantes et de celles qui fournissent des services et accessoires.

En troisième lieu, les ententes peuvent peser sur le contribuable quand elles concernent l'achat public. En effet, elles ont pour conséquence de réduire artificiellement les ressources dont disposent les collectivités publiques pour d'autres équipements, voire de provoquer des hausses d'impôts locaux!

Un exemple très parlant : lorsqu'en 2010, l'Autorité de la concurrence a démantelé un cartel national dans le secteur des panneaux de signalisation routière, les collectivités locales ont immédiatement constaté une baisse importante des prix (jusqu'à - 20 %). Autant d'argent économisé par les contribuables, victimes indirectes de cette entente.

Voir aussi : DÉDOMMAGEMENT DU CONSOMMATEUR, MARCHÉS PUBLICS, SANCTIONS

25

Zoom sur les affaires

CRÉDIT IMMOBILIER.....	p.III
JOUETS.....	p.IX
MONUMENTS HISTORIQUES.....	p.VII
TÉLÉPHONIE MOBILE.....	p.XIV
TRAVAIL TEMPORAIRE.....	p.XXIV

EUROPE



Comment s'articule le rôle de l'Autorité avec celui de la Commission européenne ?

Pratiques anticoncurrentielles

En matière de pratiques anticoncurrentielles (ententes, abus de position dominante), les autorités nationales de concurrence (ANC), dont l'autorité française, sont compétentes au même titre que la Commission européenne depuis le 1^{er} mai 2004 pour appliquer le droit européen de la concurrence. L'Autorité applique le droit national de la concurrence, et, concomitamment, le droit européen de la concurrence dès lors qu'une pratique est susceptible d'affecter de façon significative le commerce entre les États membres.

En pratique, la Commission européenne traite les affaires qui concernent plus de trois États membres ainsi que les affaires qui présentent un fort intérêt européen ou mondial (exemple : enquête sur le fonctionnement du moteur de recherche Google).

Les ANC et la Commission européenne coopèrent activement. Cette coopération repose sur le réseau des ANC, le réseau européen de la concurrence (REC). Le réseau assure à la fois une division optimale du travail et une application efficace et homogène des règles communautaires de concurrence.

Le Réseau européen de la concurrence facilite la coopération entre les ANC et la Commission européenne

L'application efficace du droit européen passe par la mobilisation d'instruments de coopération dans les affaires individuelles. Les autorités de concurrence au sein du REC peuvent ainsi mener des inspections communes (l'*Office of Fair Trading* britannique a ainsi effectué des inspections à la demande de la France en 2008 dans les sièges sociaux de compagnies pétrolières à Londres), s'échanger des indices et des preuves ou encore réallouer une affaire à l'autorité la mieux placée. Elles ont également développé des outils procéduraux sur des bases communes, notamment un programme-modèle de clémence, co-rédigé par l'Autorité de la concurrence et son homologue britannique, qui a assuré la généralisation de cet instrument efficace de détection des cartels.

L'application homogène du droit de la concurrence repose sur des mécanismes de consultation réciproque sur projets des décisions de la Commission européenne et des ANC appliquant le droit européen de la concurrence. En outre, l'ensemble des autorités de concurrence se réunit régulièrement pour échanger

sur des questions d'analyse concurrentielle ou de procédure de portée générale ou sectorielle.

L'autorité française est la plus active du réseau après la Commission européenne

L'autorité de concurrence française contribue activement au réseau. Depuis la création du réseau en mai 2004, l'Autorité est la plus active des 27 ANC, juste derrière la Commission européenne. Les ANC ont la possibilité d'utiliser les informations échangées entre elles dans le cadre du réseau, non seulement comme indices, mais aussi comme preuves. Cette possibilité est strictement encadrée.

NOMBRE DE CAS OUVERTS SUR LE FONDAMENT DU DROIT EUROPÉEN DEPUIS LE 1^{ER} MAI 2004* :

Commission européenne	233
France	224
Allemagne	170
Espagne	118
Italie	107
Total Réseau européen de la concurrence	1680

Contrôle des concentrations

En matière de contrôle des concentrations, la répartition des tâches entre la Commission européenne et l'Autorité

de la concurrence dépend de seuils de chiffres d'affaires. Chacune dispose donc de compétences exclusives.

Néanmoins, la Commission européenne et les ANC peuvent se renvoyer des affaires mutuellement. Une concentration peut être renvoyée à la Commission européenne, en particulier lorsqu'elle est notifiée à plus de trois autorités de concurrence, pour permettre aux entreprises de disposer d'un guichet unique. À l'inverse, la Commission européenne peut renvoyer l'examen d'une opération de concentration à une autorité nationale de concurrence, en particulier au vu de la qualité de l'expertise qu'elle a acquise.

Dix dossiers complexes de dimension européenne ont ainsi été renvoyés par la Commission européenne à la France depuis 2009, alors qu'aucun ne l'avait été entre 2002 et cette dernière date. Ce résultat atteste d'une confiance accrue accordée par la Commission européenne au contrôle français des concentrations.

[*] données à fin novembre 2013



FUSIONS

FUSIONS



Pourquoi contrôler les fusions et rachats d'entreprises ? Ne risque-t-on pas de freiner des regroupements d'entreprises qui sont nécessaires ?

L'Autorité de la concurrence exerce, depuis le 1^{er} mars 2009, le contrôle des opérations de concentrations, compétence auparavant exercée par le ministre chargé de l'économie (réforme mise en place par la Loi de modernisation de l'économie de 2008). Les entreprises doivent obligatoirement lui notifier, préalablement à leur réalisation, leurs opérations de fusion-acquisition et de rachat lorsque celles-ci dépassent une certaine taille. Elle est amenée à examiner régulièrement des opérations d'envergure sur renvoi de la Commission européenne.

Ce contrôle en amont de la structure du marché empêche la constitution de positions dominantes trop fortes ou de monopoles, et permet ainsi d'éviter que les fusions-acquisitions ne portent préjudice au consommateur.

À l'issue d'une phase d'examen, rapide dans la plupart des cas (25 jours ouvrés), plus approfondie dans d'autres (65 jours ouvrés en plus pour la phase II), elle peut autoriser l'opération, avec ou sans

conditions, ou bien l'interdire. Les conditions peuvent consister en des engagements structurels (ex : cessions d'actifs, de points de vente) ou bien comportementaux (ex : modification de conditions contractuelles, séparation comptable entre différentes activités).

L'Autorité fait preuve, en la matière, d'ouverture et de pragmatisme, recherchant les remèdes qui permettront de réunir les conditions d'une autorisation plutôt que de l'interdire.


Pour les opérations simples, c'est-à-dire environ la moitié des décisions rendues par l'Autorité, le feu vert est donné dans un délai moyen de 17 jours.

Ce contrôle en amont de la structure du marché empêche la constitution de positions dominantes trop fortes ou de monopoles

L'Autorité de la concurrence rend chaque année environ 200 décisions de contrôle des concentrations. En 2013, elle a examiné 201 opérations. Elle a donné un feu vert sans condition à plus de 96 % des projets de concentrations qui lui ont été soumis. 3,5 % des projets ont reçu une autorisation sous réserve d'engagements de l'entreprise. Enfin, depuis qu'elle exerce cette compétence, l'Autorité n'a jamais fait usage de son

pouvoir d'interdiction d'une concentration.

Si une entreprise ne respecte pas les engagements auxquels a été conditionnée une autorisation de concentration, l'Autorité peut retirer la décision autorisant la concentration, enjoindre sous astreinte aux parties d'exécuter les engagements et/ou prononcer une sanction pécuniaire.



INDÉPENDANCE ET IMPARTIALITÉ
INJONCTION
INNOVATION
INSTRUCTION
INTERNATIONAL

INDÉPENDANCE ET IMPARTIALITÉ



L'Autorité de la concurrence est-elle indépendante ?

Le collège de l'Autorité de la concurrence comprend 17 membres. Outre le président et les quatre vice-présidents, qui exercent leurs fonctions à temps plein, le collège comporte 12 membres non permanents. Le président est nommé par décret du Président de la République sur avis des commissions de l'Assemblée nationale et du Sénat compétentes en matière de concurrence. Les vice-présidents et les membres non permanents sont nommés par décret du Président de la République.

L'irrévocabilité du mandat
des 17 membres du collège
garantit leur indépendance

Le mandat de l'ensemble des membres du collège est de cinq ans. Ils ne sont pas révocables, sauf dans les cas strictement définis aux articles L. 461-1 et L. 461-2 du Code de commerce.

Cette irrévocabilité des mandats des membres de l'Autorité de la concurrence leur permet d'agir en toute indépendance, et à l'abri de toute pression éventuelle.

Des règles de déontologie

Dans le cas où l'Autorité aurait à connaître d'un litige concernant une société dont un membre non permanent du collège serait également salarié ou dirigeant, ce dernier serait amené à se mettre en retrait de l'institution durant toute la période d'instruction du dossier, et ne pourrait pas participer au délibéré. Ce cas s'est déjà présenté une fois et cette mise en retrait a garanti l'indépendance et l'impartialité de la décision rendue.

Une séparation des fonctions entre enquête et décision

De plus, ce n'est pas le même organe qui enquête et qui décide. Une séparation fonctionnelle entre les services d'instruction, qui mènent les enquêtes et instruisent les dossiers contentieux, et le collège, qui rend les décisions et les avis, garantit l'impartialité de la prise de décision.

Des décisions "courageuses"

Enfin, il suffit de consulter les décisions et avis rendus par l'Autorité de la concurrence, notamment les sanctions qu'elle a pu infliger à des entreprises de tous secteurs d'activité, pour constater que l'Autorité n'a jamais hésité à sanctionner les entraves à la concurrence, agissant en toute indépendance et en toute impartialité, quelle que soit l'influence prêtée aux dirigeants des entreprises concernées, publiques ou privées, nationales ou mondiales.

Voir aussi : AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE,
DÉCISION, INSTRUCTION, PROCÉDURE

INJONCTION



Qu'est-ce qu'une injonction ? Dans quels cas l'Autorité fait-elle usage de ce pouvoir ?

Lorsque l'Autorité constate l'existence d'infractions au droit de la concurrence, elle peut prononcer des sanctions, et/ou imposer des injonctions, et/ou obtenir de l'entreprise des engagements volontaires de changement de comportement pour l'avenir.

Une fois l'injonction prononcée,
les services d'instruction
assurent un suivi rigoureux
de sa mise en œuvre

L'injonction consiste à enjoindre à l'auteur des pratiques de modifier ses comportements, pour le futur, afin qu'il se mette en conformité avec le droit de la concurrence. Par exemple, lorsque l'Autorité a sanctionné fin 2012 la SNCF pour avoir mis en œuvre plusieurs pratiques ayant entravé ou retardé l'entrée de nouveaux opérateurs sur le marché du transport ferroviaire de marchandises, elle lui a notamment enjoint de mettre en place progressivement une comptabilité analytique permettant d'identifier les coûts supportés pour son

activité de fret par train massif, et de garantir que les prix des services de train massif qu'elle offre aux chargeurs couvrent les coûts à horizon de trois ans.

Une fois l'injonction prononcée, les services d'instruction assurent un suivi rigoureux de sa mise en œuvre. En cas d'inexécution, l'Autorité peut ouvrir une nouvelle procédure contentieuse, aboutissant à une sanction pécuniaire.

Voir aussi : ENGAGEMENTS, SANCTIONS

25 Zoom sur les affaires

FRET FERROVIAIREp.xxvi

INNOVATION



En quoi les pratiques anticoncurrentielles brident-elles l'innovation ?

La concurrence ne constitue pas seulement un moyen d'assurer aux entreprises et aux consommateurs des prix compétitifs. Elle se révèle également un aiguillon favorable à l'innovation.

En effet, dans une situation concurrentielle, les entreprises sont incitées à se différencier les unes des autres en mobilisant différents leviers d'innovation : lancement de nouveaux produits, nouvelles techniques de production plus efficaces, nouveaux modèles commerciaux, montée en gamme de la production, qualité des produits et du service, etc.

Si la concurrence constitue un outil nécessaire et privilégié pour stimuler l'innovation sous toutes ses formes, cela ne signifie pas pour autant qu'elle soit le seul à disposition des pouvoirs publics. Des politiques appropriées en faveur de la recherche-développement ou de la protection intellectuelle se révèlent utiles et complémentaires de la politique de concurrence.

Les pratiques anticoncurrentielles et les rentes injustifiées qu'elles génèrent entraînent des surprix pour les clients, qui

sont bien souvent des entreprises. Par exemple, une entente sur les prix entre plusieurs grands fabricants, en obligeant les PME clientes à payer artificiellement trop cher un composant essentiel des produits qu'elles fabriquent (par exemple, un produit chimique nécessaire à la fabrication des écrans plasma), peut limiter la capacité de ces PME à investir dans l'innovation. Face à la concurrence, notamment étrangère, ces PME se trouveront affaiblies.

Les pratiques anticoncurrentielles et les rentes injustifiées peuvent limiter la capacité des PME à investir dans l'innovation

Autre exemple : une entreprise en position dominante sur un marché, si elle fait payer des prix artificiellement élevés à ses clients, lorsque ces derniers sont en état de dépendance économique, va renchérir leurs coûts et, par le même mécanisme, restreindre leur capacité à innover.

Voir aussi : ENTENTE, POSITION DOMINANTE (ABUS DE)

INSTRUCTION



Quel est le rôle des services d'instruction de l'Autorité de la concurrence?

Les services dédiés à l'instruction des dossiers contentieux, des avis et des opérations de contrôle des concentrations comptent environ 90 personnes, placés sous l'autorité du Rapporteur général de l'Autorité. Ces services d'instruction sont séparés fonctionnellement du collège, l'instance décisionnelle.

Cinq services "concurrence" instruisent les dossiers contentieux et les avis. Ils sont dirigés par des rapporteurs généraux adjoints. Un rapporteur est désigné pour chaque dossier. Il instruit aussi bien à charge qu'à décharge. Depuis la réforme de 2009, qui a intégré les activités d'enquête et d'instruction, il participe en amont à la collecte des preuves, le cas échéant, lors de perquisitions. Il procède également aux auditions nécessaires et étudie de façon approfondie le fonctionnement du marché concerné ainsi que la jurisprudence applicable. À l'issue d'une procédure jalonnée d'étapes organisant le contradictoire avec les parties, les services d'instruction soumettent leur appréciation des faits au collège, lors de la séance.

Un service spécialisé planifie et coordonne les opérations d'investigation.

Il est également chargé de gérer le contentieux engendré par ces opérations.

Le service des concentrations analyse l'impact concurrentiel des opérations de rachats et fusions et dialogue avec les entreprises pour définir les remèdes nécessaires.

Enfin, service économique apporte son expertise aux services d'instruction à tous les stades de la procédure.



Voir aussi : FUSIONS, PROCÉDURE

INTERNATIONAL



Au-delà du réseau européen de la concurrence, existe-t-il un dialogue au niveau mondial entre autorités nationales de concurrence ?

Oui, l'Autorité de la concurrence coopère avec nombre de ses homologues dans le monde.

Tout d'abord, en matière de coopération bilatérale, elle noue des partenariats privilégiés avec des autorités de concurrence plus jeunes afin de les accompagner dans le développement de leur pratique et le renforcement de leur expertise.

Par ailleurs, en matière de coopération multilatérale, l'Autorité prend une part très active aux travaux et débats qui se tiennent dans le cadre des organisations internationales ainsi qu'au sein de réseaux *ad hoc* d'autorités de concurrence.

Chaque enceinte de débat multilatéral est le lieu de la diffusion d'une culture de la concurrence à l'échelle mondiale, et l'occasion pour les autorités de concurrence de faire connaître et valoir leur vision.

L'Autorité est notamment fortement impliquée dans les travaux menés dans le cadre du Comité de la concurrence de l'OCDE. Participant aux débats par le biais de contributions écrites et de sa

participation à des tables rondes thématiques, elle diffuse ainsi l'expérience acquise et la soumet à ses pairs.

Elle contribue également aux réflexions conduites par le groupe intergouvernemental d'experts du droit et de la politique de concurrence de la Conférence des Nations Unies sur le commerce et le développement (CNUCED), et notamment à l'exercice d'examen collégial auquel certains États membres choisissent de soumettre leur politique de concurrence.

Au sein de l'une et l'autre organisation, l'objectif est d'échanger des points de vue, d'édifier de bonnes pratiques et d'adopter des recommandations stratégiques adressées aux gouvernements et au secteur privé.

Les autorités de concurrence se sont constituées en réseaux à l'échelle internationale

Par ailleurs, les autorités de concurrence se sont constituées en réseaux à l'échelle internationale. Le réseau international de la concurrence (*International competition network, ICN*), créé en 2001 sur l'initiative du commissaire Mario Monti et de ses homologues américains, qui regroupait à l'origine une quinzaine d'autorités, en compte aujourd'hui plus de cent vingt.

L'Autorité prend une part active et joue un rôle moteur dans ce réseau. Bruno Lasserre en exerce la vice-présidence depuis avril 2012. De plus, l'Autorité copilote l'un des groupes de travail de l'ICN (*advocacy*).

Ce forum spécialisé et informel permet un dialogue direct entre autorités de concurrence qui recherchent, sur un mode non contraignant et fondé sur le consensus, la convergence volontaire des politiques nationales de la concurrence, et tend à permettre une meilleure coordination des pratiques nationales.

Voir aussi : EUROPE

LIBERTÉ D'ENTREPRENDRE
LOI DE MODERNISATION DE L'ÉCONOMIE
LOW COST

LIBERTÉ D'ENTREPRENDRE



Le droit de la concurrence risque-t-il de brider la stratégie des entreprises ?

De façon générale, une économie régulée, dotée des nécessaires garde-fous contre les pratiques anticoncurrentielles et abus de marché, favorise la liberté d'entreprendre. La lutte contre les ententes et abus de positions dominantes permet ainsi de faire tomber les barrières à l'innovation et à la conquête de nouveaux marchés.

Le droit de la concurrence fixe simplement les règles du jeu concurrentiel qui s'imposent à tous, permettant ainsi aux entreprises de se livrer une compétition "à armes égales" et selon leurs propres mérites. Chaque entreprise définit sa stratégie propre, et l'Autorité de la concurrence n'a aucunement vocation à s'immiscer dans les choix entrepreneuriaux, dès lors qu'ils s'inscrivent dans le cours du jeu concurrentiel.

Le Conseil Constitutionnel, dans sa décision du 12 octobre 2012, a d'ailleurs rappelé que les compétences de l'Autorité de la concurrence n'entraient pas la liberté d'entreprendre dans la mesure où elles étaient pleinement justifiées par un objectif de préservation de l'ordre public économique.

L'Autorité de la concurrence ne s'immisce pas dans les choix entrepreneuriaux

Les différents outils dont dispose l'Autorité lui permettent de dialoguer avec l'entreprise et, dans un certain nombre de cas, de définir avec elle des solutions qui correspondent à son modèle économique.

En matière de contrôle des concentrations, l'Autorité fait preuve d'ouverture et de pragmatisme, recherchant les remèdes qui permettront de réunir les conditions d'une autorisation plutôt que de l'interdire.

En matière de pratiques unilatérales ou verticales dont l'effet serait de nature à restreindre l'accès à un marché, la procédure d'engagements permet aux entreprises d'élaborer, de façon volontariste et consensuelle, des solutions répondant aux préoccupations de concurrence de l'Autorité. Elle permet ainsi d'accélérer la résolution de certaines affaires, en privilégiant le rétablissement rapide et constructif de la concurrence, et ce, au bénéfice des entreprises.

Voir aussi : ENGAGEMENTS, RÉGULATION

LOI DE MODERNISATION DE L'ÉCONOMIE



Quels ont été les principaux apports de la LME du 4 août 2008 ?

La réforme issue de la loi de modernisation de l'économie (LME) a constitué une étape essentielle depuis l'ordonnance de 1986. Elle est venue parachever la mise en place d'un système de régulation moderne et indépendant.

Une autorité de concurrence unique

Le volet "Concurrence" de la LME a mis fin au système institutionnel bicéphale et a transformé le "Conseil" en "Autorité" de la concurrence. Celle-ci devient, en France, l'autorité de concurrence unique et se voit confier des compétences nouvelles ou renforcées.

Pouvoirs d'enquête

Pour remplir sa mission, l'Autorité dispose désormais de ses propres forces d'enquêtes. Les services d'instruction de l'Autorité rassemblent en leur sein les services d'enquête et d'instruction, auparavant dispersés entre deux institutions (Conseil de la concurrence et DGCCRF).

L'Autorité de la concurrence gère désormais de bout en bout toute la chaîne de traitement des pratiques anticoncurrentielles : détection, instruction et décision.

Une autorité de concurrence
unique aux compétences
nouvelles ou renforcées

Concentrations: mise en place d'un guichet unique

La réforme issue de la LME a également mis en place un contrôle indépendant et intégré des concentrations, rendant ainsi plus claire la ligne de partage des rôles entre l'Autorité et le pouvoir politique.

Depuis le 2 mars 2009, les entreprises notifient donc à l'Autorité de la concurrence leurs projets de concentration s'ils relèvent du contrôle national. Le guichet unique fonctionne bien et répond aux impératifs d'efficacité et de célérité.

Si l'Autorité a tenu à se montrer ouverte et pragmatique dans la conception des remèdes, elle a parallèlement rapidement envoyé des signaux aux entreprises pour leur rappeler que les engagements pris dans le cadre d'une autorisation étaient obligatoires. La crédibilité et l'efficacité du système français sont reconnues à Bruxelles qui renvoie désormais régulièrement des affaires complexes à l'Autorité.

Advocacy et prise d'initiative en matière d'avis

À la différence du Conseil de la concurrence, qui ne pouvait rendre un avis que sur demande, l'Autorité peut

désormais rendre des avis publics de sa propre initiative sur toute question de concurrence, sur une réforme ou un projet de texte. Elle peut ainsi émettre des recommandations au Gouvernement en lui proposant des mesures destinées à améliorer le fonctionnement concurrentiel des marchés.

Cette nouvelle compétence lui permet d'adopter une démarche réellement proactive et de cibler des priorités au travers notamment de la conduite d'enquêtes sectorielles. Les analyses "panoramiques" qu'elle effectue permettent de poser un cadre général et d'éviter des interventions au cas par cas moins adaptées.

Droits des entreprises renforcés : le système français parmi les plus protecteurs en Europe

Par ailleurs, la réforme a renforcé sensiblement les droits des entreprises en confirmant les grands principes qui prévalaient jusqu'à présent et qui font du système français l'un des plus protecteurs en Europe.

Elle a notamment parachevé la séparation des fonctions d'instruction et de décision qui garantit aux entreprises le bénéfice d'un double regard sur leur dossier : celui des services d'instruction et celui du collègue.

En outre, la procédure contradictoire écrite et orale garantit aux entreprises l'opportunité de faire valoir leurs arguments tout au long de la procédure.

Enfin, un expert procédural – le conseiller auditeur – a été créé pour jouer un rôle de médiateur entre les services d'instruction et les parties.

Voir aussi : AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE, AVIS, DÉCISION, DROIT DE LA CONCURRENCE, FUSIONS

LOW COST



Quel est l'impact du *low cost* sur les consommateurs et les producteurs ?

Le modèle *low cost* repose sur une simplification à l'extrême des produits et services et sur un recentrage de l'offre vers une prestation minimaliste. Par exemple, dans le transport aérien, le *low cost* se concentre sur le seul transport de passagers d'un point A à un point B, en mettant en options payantes toutes les prestations annexes (bagages, etc.). Cette simplification de l'offre permet en retour de diminuer les coûts de production, ce qui conduit à des baisses de prix. Dans le transport aérien par exemple, les baisses de coût unitaire seraient de l'ordre de 30 à 40 % par rapport à une compagnie classique, et les baisses de prix de l'ordre de 20 à 30 %.

L'ensemble des effets sur l'emploi, directs et indirects, doivent être pris en compte, à court et à moyen termes

Le modèle *low cost*, qui s'est diffusé dans des secteurs tels que la distribution alimentaire (*hard discount*), la banque ou les services à la personne, s'inscrit dans un mouvement profond de redéfinition des comportements des consomma-

teurs. En particulier, la consommation des individus a tendance à se polariser, entre, d'un côté, des produits premium à forte valeur ajoutée perçue et, de l'autre, des produits d'entrée de gamme. Paradoxalement, le même individu qui consomme des produits *low cost* peut également consommer des produits high tech à forte image de marque ou des produits de luxe accessibles.

En redéfinissant les contours des besoins et en élargissant la gamme des produits, le *low cost* constitue également une nouvelle opportunité pour les entreprises, qu'elles soient nouvelles entrantes sur le marché ou déjà présentes. On peut ainsi constater que des entreprises historiques comme Renault dans l'automobile ou Accor dans l'hôtellerie ont fait du *low cost* l'un des vecteurs de leur développement. Face à la concurrence *low cost*, d'autres entreprises installées ont quant à elles fait le choix de réaffirmer leur différence, en différenciant leur positionnement ou en améliorant la qualité de leur service. Ainsi, une étude sur le transport aérien aux États-Unis conclut que la concurrence, notamment *low cost*, sur une ligne avait exercé une influence positive sur la ponctualité des vols.

Voir aussi : EMPLOI, INNOVATION

A large, stylized white letter 'M' is centered on a purple background. The 'M' is composed of thick, white strokes. The top horizontal bar is a solid white rectangle. The two vertical strokes are slightly curved outwards at the top and meet at a sharp point at the bottom. The bottom horizontal bar is a solid white rectangle with rounded ends. The overall shape is a bold, modern representation of the letter 'M'.

MARCHÉS PUBLICS
MESURES D'URGENCE
MONOPOLES PUBLICS

MARCHÉS PUBLICS



Qui paie le prix des entorses à la concurrence en matière de marchés publics ?

Les administrations et collectivités territoriales sont soumises aux règles des marchés publics. Les entreprises qui soumissionnent à ces marchés doivent non seulement respecter le Code des marchés publics, mais aussi le droit de la concurrence.

Or, il arrive que certaines d'entre elles truquent un marché, de différentes façons : en échangeant des informations entre elles, alors qu'elles s'affichent comme concurrentes vis-à-vis de l'autorité soumissionnaire ; en présentant une "offre de couverture", qui vise à leurrer l'acheteur et lui faire croire qu'une concurrence s'exerce (en lui donnant l'impression qu'il existe une offre plus chère), alors que cette offre est établie en concertation avec l'autre entreprise.

Les ententes anticoncurrentielles renchérissent le coût des achats publics, et c'est le contribuable qui en paie le prix...

Lorsqu'elles sont détectées par l'Autorité de la concurrence, ces ententes anticon-

currentielles sont sévèrement réprimées. En trompant les acheteurs publics, elles contribuent à augmenter artificiellement le coût des achats de l'État, des collectivités, des hôpitaux...

Par exemple, une entente entre 8 fabricants de panneaux de signalisation routière, qui avait duré de 1996 et 2007 avant d'être sanctionnée en 2010 par l'Autorité, a contribué à alourdir la facture payée par les collectivités en charge de la gestion des routes et autoroutes...

In fine, c'est le contribuable français lesquelles paie le lourd prix de ces pratiques illicites.

Voir aussi : ENTENTE

25 Zoom sur les affaires

MARCHÉS PUBLICS D'ÎLE DE FRANCE	p.V
SIGNALISATION ROUTIÈRE.....	p.VI
MONUMENTS HISTORIQUES.....	p.VII

MESURES D'URGENCE



Dans quels cas l'Autorité peut-elle être amenée à imposer des mesures conservatoires ?

Face à une situation d'urgence nécessitant une intervention rapide, l'Autorité de la concurrence peut être amenée à prononcer des “mesures conservatoires” (ou mesures d'urgence), en vertu de l'article L. 464-1 du Code de commerce.

Une mesure conservatoire est une décision provisoire, à caractère d'urgence, que l'Autorité prend à la demande des parties saisissantes, en cas d'atteinte grave et immédiate à l'économie générale, à celle du secteur intéressé ou à l'intérêt des consommateurs.

Une décision provisoire afin de rétablir d'urgence une situation concurrentielle

Elle vise à rétablir une situation qui s'est fortement dégradée ou à empêcher que celle-ci n'évolue de façon irréversible. Les mesures conservatoires doivent rester strictement limitées à ce qui est nécessaire pour faire face à l'urgence.

Les mesures conservatoires permettent d'agir selon une procédure plus rapide que la procédure normale, soit environ deux à trois mois. Elles ne se substituent pas à la décision sur le fond, laquelle ne sera prise qu'au terme de l'instruction contradictoire et complète de l'affaire.

Une mesure conservatoire peut prendre la forme d'une injonction telle que la suppression de clauses anticoncurrentielles dans un contrat, la modification de dispositions statutaires ou encore la cessation du dénigrement de concurrents.

Si les mesures décidées ne sont pas respectées, l'Autorité peut prononcer des sanctions pécuniaires. Une décision de mesure conservatoire peut faire l'objet d'un recours auprès de la cour d'appel de Paris dans un délai de dix jours à compter de sa notification.

L'Autorité est quasiment la seule en Europe à mobiliser les mesures d'urgence, lesquelles s'avèrent très utiles dans des secteurs à évolution rapide.

Voir aussi : DÉCISION

25 Zoom sur les affaires

PANNEAUX SOLAIRES PHOTOVOLTAÏQUES.....	p.XII
SMARTPHONES.....	p.XV
PUBLICITÉ LIÉE AUX RECHERCHES EN LIGNE.....	p.XVIII

MONOPOLES PUBLICS



Comment accompagner l'ouverture à la concurrence des anciens monopoles publics ?

Lors de l'analyse concurrentielle d'un marché, il importe peu que l'entreprise soit détenue par l'État ou par des actionnaires privés, dès lors qu'elle exerce une activité économique de production ou de distribution de biens et services. Ce sont alors sa position sur le marché considéré et son comportement vis-à-vis des autres acteurs du marché qui seront pris en considération.

Concernant les anciens "monopoles publics" (ex : EDF, GDF, SNCF, La Poste...), une position dominante n'est pas, en soi, condamnable. Ce qui peut l'être, en revanche, c'est l'abus d'une telle position. Par exemple, lorsque celle-ci s'exerce avec l'objectif d'évincer des concurrents du marché.

Un certain nombre de marchés (énergie, transport ferroviaire, poste et télécommunications) sont ouverts ou sont en train de s'ouvrir à la concurrence (du fait de la législation européenne et nationale en vigueur). Ce processus doit s'effectuer de façon loyale et donner la possibilité aux nouveaux entrants de se battre "à armes égales". Si l'on ne peut reprocher à un ancien monopole de détenir

100 % du marché le jour où celui-ci s'ouvre à la concurrence, il pourrait en revanche lui être reproché de mener une stratégie ou des actions visant à exclure ses nouveaux concurrents du marché.

En particulier, les infrastructures essentielles, qui ne peuvent être dupliquées pour des raisons d'efficacité (ex : réseau électrique, réseau ferré, gares de voyageurs et de fret), doivent être accessibles aux nouveaux entrants, sans discrimination et de manière transparente. Par conséquent, il revient à l'opérateur historique qui les détient de respecter ce principe. Dans le secteur des télécommunications notamment, l'Autorité de la concurrence a rendu de nombreuses décisions de mesures conservatoires qui ont permis l'émergence d'opérateurs concurrents.

Enfin, l'Autorité de la concurrence travaille en complémentarité avec les régulateurs sectoriels (ARAF, ARCEP, CRE) qui ont été mis en place par le législateur afin d'accompagner l'ouverture à la concurrence des anciens monopoles publics et en particulier d'élaborer la tarification de l'accès aux infrastructures.

Voir aussi : MESURES D'URGENCE

25 Zoom sur les affaires

PANNEAUX SOLAIRES PHOTOVOLTAÏQUES.....	p.XII
FRET FERROVIAIRE.....	p.XXVI



OPINION DES FRANÇAIS
OUTRE-MER

OPINION DES FRANÇAIS



Que pensent les Français de la concurrence?

Une enquête réalisée en novembre 2011 par TNS-SOFRES auprès d'un échantillon représentatif de 1 000 personnes a permis de sonder l'opinion des Français à l'égard de la concurrence.

Une valeur très positive

Pour 81 % d'entre eux, la concurrence évoque des valeurs positives. Elle est spontanément associée à des avantages en matière de consommation : diversité des offres, comparaison, compétition, meilleurs prix, qualité, service...

La concurrence stimule la compétitivité et favorise de meilleurs prix

Pour 87 % des Français, la concurrence stimule la compétitivité, pour 82 % elle permet plus de choix et pour 76 % elle favorise de meilleurs prix.

La nécessité d'une régulation des rapports de force

Les Français ont conscience que l'économie de marché ne doit pas être une "jungle" et qu'il est nécessaire qu'un

arbitre contrôle et régule les rapports de force. 82 % des interviewés sont d'accord (dont 49 % tout à fait d'accord) avec l'idée selon laquelle les petites entreprises doivent pouvoir concurrencer les entreprises en position dominante à armes égales.

Ils considèrent à 70 % que les entreprises ne devraient pas s'entendre sur les prix et à 69 % que le contrôle de la concurrence au niveau national et européen offre des avantages aux consommateurs et à la société.

Un effet d'entraînement pour l'économie

Les Français jugent majoritairement positif l'impact de la concurrence sur l'innovation des entreprises, le pouvoir d'achat et la croissance économique. 72 % d'entre eux considèrent que la concurrence stimule l'innovation des entreprises et 65 % estiment qu'elle exerce un effet positif sur le pouvoir d'achat. Enfin, les Français voient la concurrence comme un aiguillon qui pousse les gens à travailler dur et à trouver de nouvelles idées (68 %).

OUTRE-MER



Comment améliorer la concurrence et redresser le pouvoir d'achat en outre-mer ?

Si l'éloignement de la métropole, l'insularité, le prix élevé du foncier commercial et la faible profondeur de débouchés susceptibles d'attirer des PME constituent des désavantages structurels propres aux DOM, ceux-ci ne suffisent pas à expliquer les écarts de prix et de qualité avec nombre de biens ou services rendus sur le territoire métropolitain. Les comportements locaux des entreprises analysés par l'Autorité de la concurrence contribuent à aggraver ces difficultés.

Dans les DOM, à la suite des émeutes dites "de la vie chère", l'Autorité a rendu au gouvernement, en 2009 et en 2010, plusieurs avis pour établir un diagnostic concurrentiel et faire des recommandations afin que la régulation concurrentielle puisse contribuer, en complément de la politique locale, à répondre aux préoccupations exprimées par les populations. Ces avis ont notamment donné lieu à l'adoption de la loi relative à la régulation économique outre-mer du 20 novembre 2012, dite loi Lurel.

Une priorité pour l'Autorité

Très active en outre-mer, l'Autorité a

rendu, de 2009 à fin septembre 2013, 26 avis et décisions concernant ces départements ou ayant un impact significatif dans ceux-ci.

Elle a sanctionné à de nombreuses reprises des pratiques anticoncurrentielles, notamment dans les secteurs de la manutention portuaire, des carburateurs et des télécommunications. Elle a rendu obligatoire des engagements dans le secteur de l'internet haut débit et du fret maritime.

La loi Lurel a doté l'Autorité d'un pouvoir d'injonction spécifique

Une régulation adaptée à la spécificité de l'outre-mer

La loi Lurel prévoit que le gouvernement prenne, par décret pris après avis de l'Autorité de la concurrence, des mesures de régulation des marchés de gros et d'approvisionnement.

Ces décrets donneront à l'Autorité de la concurrence un pouvoir d'injonction en cas d'infraction à ces mesures de régulation, par exemple pour encadrer des prix amont de facilités essentielles, mutualiser des équipements ou, dans certains cas, imposer une séparation fonctionnelle ou une filialisation des activités d'importation et de stockage. L'Autorité

disposera des moyens nécessaires pour vérifier le respect des injonctions qu'elle a prononcées et imposer, si nécessaire, une astreinte ou une sanction.

Par ailleurs, la loi interdit les droits d'importation exclusifs injustifiés. Il s'agit d'une prohibition importante. En 2009, l'Autorité avait relevé que le consommateur finançait les marges commerciales des importateurs-distributeurs, lesquelles varient entre 20 et 60 % pour un nombre élevé de références, voire approchent ou dépassent 100 % pour certaines d'entre elles.

Redynamiser le commerce de détail

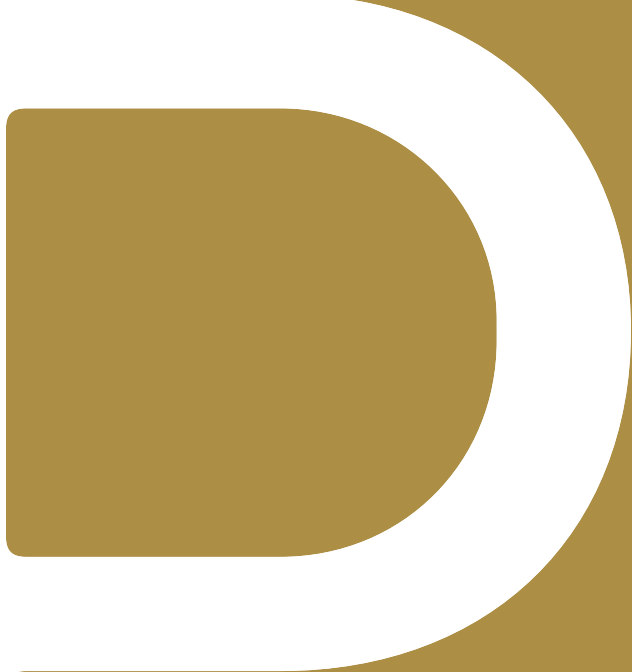
Enfin, dans le secteur du commerce de détail, la loi Lurel assouplit, pour les DOM, les conditions d'exercice par l'Autorité de la concurrence du pouvoir d'injonction structurelle, afin de lui donner les moyens effectifs de rétablir, lorsque c'est nécessaire, une concurrence effective.

Concrètement, lorsque l'Autorité constatera des pratiques de prix ou de marges élevées en comparaison des moyennes observées du secteur, et liées à la position dominante de l'entreprise ou du groupe qui les pratique, elle pourra, dans le cas où elle n'obtient pas des engagements satisfaisants de l'entreprise, exiger que celle-ci modifie ses contrats ou cède des actifs.

Par ailleurs, en Nouvelle-Calédonie et en Polynésie Française – territoires dans

lesquels elle n'est pas directement compétente pour agir –, l'Autorité de la concurrence a conclu ou conclut des conventions d'assistance technique pour faciliter la mise en place d'autorités administratives indépendantes.

Voir aussi : INJONCTION



PARLEMENT

PERQUISITIONS

PLAINTÉ

PME

POSITION DOMINANTE (ABUS DE)

POUVOIR D'ACHAT

PRIX

PROCÉDURE

PARLEMENT



Quelles relations l'Autorité de la concurrence entretient-elle avec le Parlement ?

L'Autorité de la concurrence est une autorité administrative indépendante, mais l'indépendance n'exclut pas, bien au contraire, de rendre des comptes et de mettre son expertise à la disposition des pouvoirs publics. Les relations entre l'Autorité de la concurrence et le Parlement sont fréquentes et diversifiées.

D'une part, le président de l'Autorité de la concurrence est nommé après avis des commissions de l'Assemblée nationale et du Sénat compétentes en matière de concurrence. Cette audition constitue une opportunité pour présenter les principales orientations de son mandat.

D'autre part, l'Autorité échange régulièrement avec le Parlement : elle rend compte chaque année de ses activités à l'occasion de la remise de son rapport annuel ou d'auditions budgétaires, apporte son éclairage sur tout sujet sur lequel elle dispose d'une expertise, et peut être directement saisie pour avis par les commissions du Parlement compétentes en matière de concurrence.

L'Autorité de la concurrence rend compte de ses activités devant les commissions du Parlement

Ainsi, le président de l'Autorité de la concurrence été entendu, dans la période récente, non seulement sur des sujets intéressant directement la régulation concurrentielle (loi relative à la régulation économique de l'outre-mer, action de groupe), mais également sur de nombreux sujets ou secteurs économiques sur lesquels l'Autorité a rendu des avis ou décisions (télécommunications, internet, grande distribution, audiovisuel, services financiers, agriculture et santé).

L'Autorité a par ailleurs été saisie directement par le Parlement à quatre occasions : crise laitière (2009), nouvelle organisation du marché de l'électricité (2010), déploiement de la fibre optique (2011-2012), gestion des autoroutes (2013).

Voir aussi : INDÉPENDANCE ET IMPARTIALITÉ,
LOI DE MODERNISATION DE L'ÉCONOMIE

PERQUISITIONS



Comment se déroulent les enquêtes ? L'Autorité a-t-elle tous les pouvoirs en matière de perquisitions ?

Depuis sa mise en place en 2009, l'Autorité dispose de ses propres forces d'enquête. Les phases d'enquête et d'instruction sont désormais réunies sous l'autorité de la Rapporteuse générale. Elle peut décider de mettre en œuvre des pouvoirs d'enquête dits "simples", c'est-à-dire formuler des demandes de renseignements, mais également solliciter le juge pour obtenir l'autorisation de procéder à des perquisitions.

Ces perquisitions sont nécessaires pour recueillir des preuves dans un certain nombre de dossiers, en particulier lorsqu'il s'agit d'ententes secrètes ayant donné lieu à une demande de clémence. Pour assurer l'effectivité de ces perquisitions et préserver l'effet de surprise, plusieurs interventions peuvent être menées de façon simultanée dans plusieurs entreprises.

Les perquisitions sont réalisées dans un cadre légal très précis

Compte tenu de l'équilibre nécessaire entre l'effectivité des règles de concurrence et les garanties procédurales, un cadre très précis a été défini par le législateur.

La Rapporteuse générale doit faire part au juge des libertés et de la détention compétent d'indices de pratiques anti-concurrentielles et obtenir de ce juge une ordonnance autorisant les agents de l'Autorité à effectuer ces perquisitions. La France fait ainsi partie des onze États membres de l'Union européenne qui exigent une autorisation judiciaire (Allemagne, Autriche, Belgique, Danemark, France, Hongrie, Irlande, Lituanie, Portugal, Royaume-Uni, Suède). Cette ordonnance est susceptible de recours. La France est le seul pays dans lequel le recours est distinct du recours contre la décision rendue au fond.

En outre, les entreprises disposent de garanties en matière de déroulement des perquisitions. Celles-ci sont effectuées sous l'autorité et le contrôle du juge et en présence d'un officier de la police judiciaire, qui veille au bon déroulement des opérations. L'entreprise peut faire appel à un avocat de son choix. En outre, des recours peuvent être également formés contre le déroulement des opérations.

À l'issue de la perquisition, l'entreprise reçoit un inventaire des pièces saisies, puis une copie de celles-ci. Les pièces lui sont restituées dans un délai maximal de six mois.

Par l'ensemble de ces garanties, la France est le pays qui offre le plus de garanties procédurales dans l'ensemble de l'Union européenne.

La coopération au sein de l'Union européenne

L'Autorité de la concurrence coopère aussi régulièrement avec la Commission européenne en lui fournissant une assistance quand celle-ci mène des investigations sur le territoire français. Elle l'a fait à six reprises en 2011 et à trois reprises en 2012. Elle peut également être amenée à fournir une assistance à ses homologues européens dans le cadre du réseau européen de concurrence.

Voir aussi : EUROPE, INSTRUCTION

25 Zoom sur les affaires

FARINE EN SACHET	p. II
LESSIVE	p. XI
FRET FERROVIAIRE	p. XXVI

PLAINTÉ



Qui peut porter plainte devant l'Autorité de la concurrence ?

En matière contentieuse, l'Autorité de la concurrence peut recevoir une plainte ("être saisie par") :

- d'une entreprise,
- du ministre chargé de l'Économie,
- d'une collectivité territoriale, d'une organisation professionnelle ou syndicale, d'une organisation de consommateurs agréée, d'un organisme consulaire (ex. : CCI) ou des autorités de régulation sectorielles en ce qui concerne les intérêts dont elles ont la charge.

En revanche, un particulier n'exerçant pas d'activité économique ne peut pas saisir l'Autorité. La plainte peut être, dans certains cas, accompagnée d'une demande de mesures d'urgence. L'Autorité peut également décider de s'autosaisir d'un dossier, soit à partir des rapports d'enquêtes qui lui sont transmis par la DGCCRF, soit à partir des indices relevés par ses propres services d'instruction. Le collège doit pour cela adopter une décision d'autosaisine contentieuse, sur proposition du Rapporteur général, qui marque l'ouverture de la procédure contentieuse.

Voir aussi : INSTRUCTION, PERQUISITIONS, PROCÉDURE

PME



Le droit de la concurrence protège-t-il les PME?

Le droit de la concurrence a pour vocation de protéger le processus de concurrence, et non certains concurrents en particulier. Toutefois, force est de constater que certaines pratiques anticoncurrentielles peuvent parfois affecter l'activité de PME ou d'entreprises en croissance.

Tel est le cas d'ententes anticoncurrentielles sur les marchés de biens intermédiaires (ex : cartel de l'acier, entente dans le secteur du travail temporaire), qui ont pour effet de gonfler artificiellement les coûts de production de PME clientes, ce qui affecte leur compétitivité.

Favoriser une concurrence par les mérites, indépendamment de la taille de l'entreprise

Tel est également le cas de pratiques d'abus de position dominante qui peuvent aboutir à l'affaiblissement de PME ayant un potentiel de croissance (ex : affaire Google/Navx, médicaments génériques).

En assurant le respect des mêmes règles du jeu par toutes les entreprises, l'Autorité

de la concurrence privilégie une concurrence "par les mérites" et évite ainsi que des PME ne soient freinées dans leur développement.

Voir aussi : COMPÉTITIVITÉ, LIBERTÉ D'ENTREPRENDRE, QUALITÉ

25 Zoom sur les affaires

NÉGOCE DE L'ACIER.....	p.VIII
PUBLICITÉ LIÉE AUX RECHERCHES EN LIGNE.....	p.XVIII
MÉDICAMENTS GÉNÉRIQUES.....	p.XXII
TRAVAIL TEMPORAIRE.....	p.XXIV

POSITION DOMINANTE (ABUS DE)



Qu'est-ce qu'une entreprise en position dominante ?

Il s'agit d'une entreprise qui a acquis une position si forte sur le marché qu'elle peut élaborer sa stratégie commerciale en faisant abstraction, dans une certaine mesure, de la pression exercée par ses concurrents.

Pour déterminer si une entreprise est en position dominante, l'Autorité recourt à un faisceau de critères : parts de marché, niveaux des prix ou des marges, nature des relations avec les clients, barrières à l'entrée...

La position dominante d'une entreprise peut résulter de privilèges de fait ou de droit accordés par la puissance publique ou bien d'une position acquise par les mérites propres, par exemple au travers d'une stratégie commerciale ou d'investissements particulièrement pertinents. En tant que telle, la position dominante ne constitue en rien une infraction au droit de la concurrence.

En revanche, une entreprise en position dominante a des responsabilités particulières et ne doit pas abuser de sa position.

Certaines entreprises en position dominante peuvent être tentées d'évincer leurs concurrents

Qu'est-ce qu'un abus de position dominante ?

Contrairement aux ententes, qui sont des pratiques collectives, les abus de position dominante sont en général des pratiques unilatérales émanant d'un acteur économique qui cherche à renforcer ou étendre sa position dominante, en usant de moyens qui ne relèvent pas de la concurrence par les mérites.

Par exemple, une entreprise en position dominante peut verrouiller le marché, soit au niveau de l'approvisionnement en amont, soit au niveau de la distribution en aval, au détriment de ses concurrents ; elle peut également pratiquer des prix qui sont susceptibles d'éliminer ses concurrents ou d'empêcher l'arrivée de nouveaux entrants sur des marchés liés ou connexes.

Les abus de position dominante peuvent prendre de multiples formes : clauses d'exclusivité excessives par leur champ, leur durée ou leur portée, ventes liées, prix prédateurs, rabais fidélisants, pratiques discriminatoires, dénigrement, élévation artificielle de barrières à l'entrée, etc.

Il peut paraître paradoxal que certaines de ces pratiques, qui se traduisent pourtant par des prix moins élevés à court terme, soient considérées comme dommageables. Mais n'oublions pas que ces pratiques sont susceptibles d'aboutir à l'éviction de concurrents aussi efficaces, conduisant dans un second temps à des hausses de prix ou à une réduction de la variété des produits.

Quels sont les pouvoirs de l'Autorité lorsqu'un abus se produit ?

Lorsqu'elle enquête sur un possible abus de position dominante, et lorsque cet abus est constaté, l'Autorité dispose de plusieurs outils pour y mettre fin et rétablir la concurrence.

Elle peut tout d'abord imposer des mesures d'urgence en attendant de se prononcer au fond. Elle peut aussi, sous certaines conditions, rendre obligatoires des engagements par lesquels l'acteur dominant modifie son comportement, permettant ainsi un retour à un fonctionnement concurrentiel satisfaisant (ex : PUBLICITÉ LIÉE AUX RECHERCHES EN LIGNE). L'Autorité peut également prononcer des injonctions ou des sanctions pécuniaires (ex : FRET FERROVIAIRE).

Voir aussi : ENGAGEMENTS, MESURES D'URGENCE, SANCTIONS

25 Zoom sur les affaires

PANNEAUX SOLAIRES PHOTOVOLTAÏQUES	p.XII
PUBLICITÉ LIÉE AUX RECHERCHES EN LIGNE	p.XVIII
FRET FERROVIAIRE	p.XXVI

POUVOIR D'ACHAT



Concurrence et pouvoir d'achat font-ils bon ménage ?

Qu'elles prennent la forme d'ententes ou d'abus de position dominante, les pratiques anticoncurrentielles sont de nature à produire des conséquences très dommageables pour les consommateurs comme pour les entreprises, notamment les PME.

Ces conséquences ont été évaluées par les économistes, pour donner des ordres de grandeur. La plupart d'entre eux s'accorde à penser que les pratiques anticoncurrentielles les plus graves, les cartels, peuvent conduire à une augmentation artificielle des prix allant jusqu'à 20 ou 30 %. Les études les plus conservatrices sur le sujet estiment que le surprix moyen imposé par un cartel en Europe serait de l'ordre de 17-18 %.

Cette augmentation des prix n'est qu'une composante du dommage plus large qu'elles peuvent causer au secteur concerné (incidence sur les incitations à innover, à entrer sur le marché, etc.), aux consommateurs (qui peuvent renoncer à consommer, faute de pouvoir payer le prix artificiellement renchéri) et à l'économie générale (croissance bridée).

Qu'il soit payé directement par le consommateur final, ou bien par l'entreprise située à un niveau intermédiaire de la chaîne de valeur (ex : cartel de producteurs d'intrants industriels), le surprix artificiel sera toujours, in fine, payé par les ménages. Les pratiques anticoncurrentielles, où qu'elles se situent, érodent leur pouvoir d'achat.

Les cartels peuvent conduire à une augmentation artificielle des prix de l'ordre de 25 %

L'Autorité de la concurrence poursuit une politique de dissuasion crédible face à ces pratiques. Cette politique est essentielle pour préserver le bien-être des consommateurs et des entreprises qui respectent les règles du jeu.

Pour faire cesser ces comportements, les sanctionner et les prévenir, l'Autorité de la concurrence dispose de plusieurs instruments, et en particulier des sanctions pécuniaires.

Voir aussi : CONSOMMATEUR, CRISE, EMPLOI, PME

25 Zoom sur les affaires

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À PARISp.X
STATIONS-SERVICE SUR AUTOROUTEp.XXVII

PRIX



La concurrence fait-elle vraiment baisser les prix ?

En économie de marché, les prix sont fixés par le libre jeu de l'offre et de la demande et constituent un signal important pour la prise de décision des acteurs économiques, tant producteurs que consommateurs : par exemple, une hausse de prix peut signaler une situation de rareté, incitant des entreprises à investir ou à entrer sur le marché.

La structure du marché, mesurée par le nombre d'entreprises, influe sur la détermination du niveau des prix : en situation de concurrence pure (très grand nombre d'acteurs sur le marché), les prix seront proches des coûts unitaires de production, tandis qu'en situation de monopole, les prix seront plus élevés, le monopole réduisant la production. En situation d'oligopole (petit nombre d'acteurs), le niveau des prix sera intermédiaire entre la concurrence pure et le monopole.

Un renforcement de la concurrence, à la suite, par exemple, de l'entrée d'un nouvel acteur, va donc se traduire par une baisse des prix, bénéfique aux clients. Dans la téléphonie mobile, l'entrée de Free en 2012 a ainsi conduit à une baisse générale du prix des forfaits,

ce qui a généré un gain de pouvoir d'achat mais aussi une forte hausse de la consommation. Lorsqu'un prix baisse, en effet, la demande augmente : de nouveaux clients accèdent au marché.

Un renforcement
de la concurrence va
se traduire par une baisse
des prix

Si la politique de concurrence n'est pas une politique de contrôle des prix, elle exerce toutefois une action indirecte sur leur niveau :

- le contrôle des concentrations a pour but d'éviter qu'une fusion n'entraîne une réduction de la concurrence qui ferait monter les prix ;
- la lutte contre les pratiques anticoncurrentielles vise à empêcher des hausses artificielles et non justifiables de prix. Par exemple, la politique de concurrence lutte contre les cartels, qui ont pour effet d'accroître les prix sans contrepartie aucune pour les clients.

Voir aussi : CHOIX, POUVOIR D'ACHAT, QUALITÉ

PROCÉDURE



Comment fonctionne la procédure contentieuse devant l'Autorité de la concurrence ?

La phase d'instruction

L'instruction des dossiers est assurée par cinq services "concurrence" dirigés par des rapporteurs généraux adjoints qui supervisent l'activité des rapporteurs. Les rapporteurs instruisent aussi bien à charge qu'à décharge. Ils participent en amont à la collecte des preuves, effectuée le cas échéant lors de perquisitions. Ils procèdent également aux auditions nécessaires et étudient de façon approfondie le fonctionnement du marché concerné ainsi que l'état de la jurisprudence applicable au cas. À l'issue d'une procédure jalonnée d'étapes organisant le contradictoire avec les parties, ils soumettent leur appréciation des faits au collège, lors d'une séance. L'ensemble des actes d'instruction (désignation du rapporteur, notification des griefs aux parties, prorogation des délais de réponse à la notification de griefs et au rapport, traitement du secret des affaires, etc.) sont confiés au Rapporteur général.

Un débat contradictoire très développé

Les parties en cause, y compris le plaignant, disposent de trois tours de contradictoire : deux tours écrits en réponse à la notifi-

cation des griefs et au rapport du rapporteur, puis un troisième tour oral au cours d'une séance, réunissant l'ensemble des parties, en présence du collège, lequel est appelé à se prononcer en toute indépendance sur les propositions des services d'instruction. Du fait de la séparation des fonctions dans les procédures contentieuses, le collège ne prend pas part à l'instruction et ne commence son examen d'un dossier qu'une fois la séance programmée.

Les entreprises peuvent faire valoir leurs arguments à trois étapes-clés de la procédure

Le dispositif français de droit de la concurrence est aujourd'hui, au sein de l'Union européenne, l'un de ceux qui offrent le plus haut niveau de garanties procédurales aux entreprises.

La décision finale du collège

Le collège examine les faits et qualifications juridiques qui lui sont présentés par les services d'instruction et, à l'issue d'une procédure contradictoire au cours de laquelle l'ensemble des parties font valoir leurs points de vue, il prend une décision.

Le collège applique les textes législatifs et réglementaires en vigueur. Il est également lié par les lignes directrices et

les communiqués de procédure publiés par l'Autorité (procédures d'engagements, de clémence et de non-contestation des griefs, programmes de conformité, méthode pour déterminer le montant des sanctions).

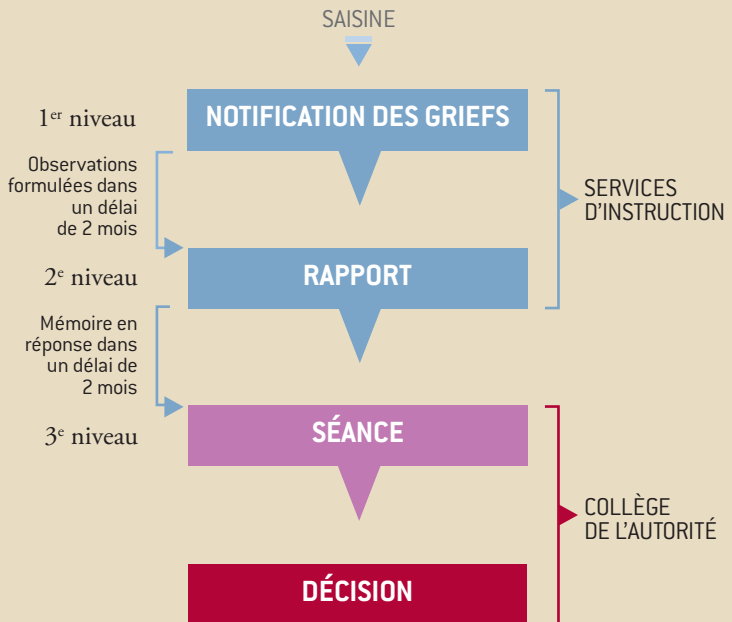
Le collège vérifie notamment la régularité de la procédure suivie par les services d'instruction et statue sur toutes les contestations portées devant lui, sans avoir participé de quelque manière que ce soit à l'instruction de l'affaire. Il peut être éclairé, le cas échéant, par le rapport du conseiller auditeur, si celui-ci a été sollicité par les parties.

Voir aussi : CONSEILLER AUDITEUR,
INSTRUCTION

Voir aussi page suivante :
SCHÉMA DE LA PROCÉDURE CONTRADICTOIRE

Schéma de la procédure contradictoire

3 NIVEAUX DE CONTRADICTOIRE





QUALITÉ

QUALITÉ



L'objectif des prix bas est-il conciliable avec la promotion de l'innovation et de la qualité?

Les bienfaits de la concurrence ne se réduisent pas à l'obtention de prix bas. En premier lieu, la concurrence contribue à élargir la taille du marché et participe ainsi à une forme de "démocratisation", comme cela a pu être observé dans l'aérien, où l'arrivée de nouveaux opérateurs, en "rebattant les cartes" du marché (notamment avec des offres *low-cost*), a développé l'usage de l'avion chez une clientèle qui, jusqu'alors, n'utilisait pas ou peu ce moyen de transport.

En deuxième lieu, la concurrence favorise la variété de l'offre, en élargissant la gamme des produits disponibles : chaque client trouve en quelque sorte "chaussure à son pied".

En troisième lieu et enfin, la concurrence est l'alliée de la qualité : la pression des concurrents incite les entreprises à différencier leur offre, en misant sur la qualité de service ou en s'adressant à de nouveaux segments de clientèle.

Ainsi, dans la grande distribution, l'entrée de Walmart aux États-Unis s'est traduite au niveau local par une baisse des taux

de rupture de stock chez ses concurrents. De même, dans l'aérien, la ponctualité des vols sur une ligne s'améliore lorsqu'une compagnie *low cost* rentre sur le marché.

Opposer les prix bas et la qualité relève d'un faux dilemme : si certains acteurs peuvent choisir de se positionner sur le seul critère du prix bas, d'autres vont se différencier en misant sur la qualité.

Dans l'aérien, la ponctualité des vols sur une ligne s'améliore lorsqu'une compagnie *low cost* rentre sur le marché

De même, il est largement artificiel d'opposer la concurrence à l'innovation. La concurrence n'est pas l'ennemie de l'innovation : si tel était le cas, les entreprises et les secteurs les plus protégés de la concurrence devraient être les plus innovants. Or, ce n'est pas ce que montrent les études empiriques.

Voir aussi : INNOVATION, PRIX

A large, stylized white letter 'R' is centered on a solid orange background. The letter is composed of a thick white outline and a solid orange fill. The text 'RECOURS RÉGULATION' is printed in white, uppercase letters within the upper-left portion of the 'R' shape.

RECOURS
RÉGULATION

RECOURS



De quelles voies de recours disposent les entreprises ?

Les entreprises peuvent introduire un recours devant le Conseil d'État contre une décision de contrôle des concentrations. En ce qui concerne les décisions relatives à des pratiques anticoncurrentielles, le recours doit en revanche être introduit devant la cour d'appel de Paris.

Recours contre les décisions de contrôle des concentrations

Les entreprises concernées ou les tiers intéressés peuvent introduire un recours devant le Conseil d'État contre une décision de contrôle des concentrations dans un délai de deux mois.

Recours contre les décisions relatives à des pratiques anticoncurrentielles

Lorsque l'Autorité de la concurrence sanctionne une entreprise, celle-ci dispose de la possibilité d'introduire un recours contre cette décision devant la cour d'appel de Paris. Elle dispose pour ce faire d'un délai d'un mois à partir de la date à laquelle lui a été notifiée la décision. L'appel n'étant pas suspensif, en cas d'amende, celle-ci doit tout de même être payée par l'entreprise condamnée qui fait appel.


La cour d'appel peut, lorsqu'elle rend sa décision, soit confirmer la décision de l'Autorité de la concurrence, soit la réformer, soit l'annuler. Dans certains cas, la cour d'appel peut également renvoyer l'affaire devant l'Autorité de la concurrence pour qu'elle l'examine une nouvelle fois.

Le taux de "confirmation" des décisions de l'Autorité devant la cour d'appel de Paris est généralement élevé : il est en moyenne de 84 % (91 % en 2009, 62 % en 2010 et 100 % en 2011). Ces taux sont susceptibles de varier dans le temps en fonction des positions adoptées par la Cour de cassation.

En effet, les parties à l'affaire peuvent contester la décision de la cour d'appel devant la Cour de cassation, uniquement sur des questions de droit (elle ne peut se prononcer sur les faits). Cette dernière peut soit rejeter le pourvoi, soit le prendre en considération (en un ou plusieurs des moyens invoqués), auquel cas elle statue en droit et casse, totalement ou partiellement, la décision de la cour d'appel de Paris. Elle renvoie alors l'affaire devant la cour d'appel, pour qu'elle y soit réexaminée, à l'aune de sa décision.

Les avis rendus par l'Autorité de la concurrence ne constituant pas des décisions faisant grief, les recours à leur

encontre ne sont pas recevables devant le Conseil d'État (cf. décision du Conseil d'État du 11 octobre 2012).



RÉGULATION



L'Autorité est-elle un régulateur ?

Le droit de la concurrence s'applique à tous les opérateurs économiques, quel que soit le secteur d'activité. L'Autorité de la concurrence a donc eu une forte activité dans des secteurs qui font déjà l'objet d'une régulation sectorielle (ex : télécommunications, énergie, transport ferroviaire, audiovisuel, services financiers) ou d'une réglementation substantielle (ex : grande distribution, médicament) ou dans les autres secteurs de l'économie.

L'Autorité de la concurrence peut agir directement sur les comportements des entreprises, par exemple lorsqu'elle prononce des mesures conservatoires pour faire face à une situation d'urgence, obtient des engagements des entreprises pour remédier à des préoccupations de concurrence, ou lorsqu'elle autorise une concentration sous réserve d'engagements. L'Autorité de la concurrence peut également, dans le cas d'infractions graves, prononcer des sanctions pécuniaires.

Face à une situation donnée, l'Autorité recherche la solution la plus pertinente et s'efforce d'agir avec pragmatisme, que ce soit dans les domaines contentieux (contrôle des pratiques anticoncurrentielles), consultatif (avis) ou en matière de contrôle des concentrations.

Mais, à la différence des régulateurs sectoriels, l'Autorité de la concurrence n'exerce pas de pouvoir réglementaire qui lui permette de "construire" un marché en fonction des objectifs définis par le législateur (aménagement du territoire, sécurité d'approvisionnement, mise en œuvre du service public, concurrence, protection du consommateur...), par exemple en fixant directement des prix de gros ou de détail ou des niveaux de qualité ou d'investissement.

L'Autorité agit pour sa part pour maintenir la structure de la concurrence lorsque, par leurs comportements, ou par leurs projets de rachat d'entreprises ou de fusions, les entreprises peuvent perturber la concurrence sur un marché ou sont susceptibles de porter préjudice au bien-être du consommateur. Les solutions sont proposées par les entreprises elles-mêmes en fonction du diagnostic concurrentiel que l'Autorité leur fait connaître.

La régulation sectorielle et la régulation concurrentielle se complètent utilement, en particulier lorsqu'un secteur économique s'ouvre à la concurrence. Pour cette raison, la loi a prévu différentes passerelles entre les régulateurs et l'Autorité de la concurrence.

Dans le cadre de son pouvoir de recommandation aux pouvoirs publics, l'Autorité a préconisé à plusieurs reprises l'élargis-

sement des pouvoirs des régulateurs sectoriels (ex : pouvoir de règlement des différends du Conseil supérieur de l'audiovisuel en matière de pluralisme, contrôle du tarif du service universel postal, régulation de gros du marché de la télévision payante, pouvoirs de l'Autorité de régulation des activités ferroviaires et à l'égard des entreprises ferroviaires et en matière d'autres modes de transport).

Un exemple concret de cette interaction entre régulation sectorielle et régulation concurrentielle est celui du secteur des télécommunications. Du 1^{er} janvier 2007 au 31 octobre 2013, l'Autorité a rendu 30 avis, 22 décisions en matière de pratiques anticoncurrentielles et 9 décisions en matière de contrôle des concentrations pour faire évoluer le marché dans un sens plus concurrentiel, de façon efficace et rapide.

Voir aussi : AVIS, DÉCISION, ENGAGEMENTS, FUSIONS

25 Zoom sur les affaires

SMARTPHONES.....	p.XV
L'ENTRÉE DU 4 ^E OPÉRATEUR MOBILE	p.XVI
DISTRIBUTION DES MÉDICAMENTS	p.XX



SANCTIONS
SECTEURS D'ACTIVITÉ
SURVEILLANCE

SANCTIONS



Les amendes infligées par l'Autorité de la concurrence sont-elles trop sévères ?

La sanction n'est pas une fin en soi. Elle constitue l'un des outils dont dispose l'Autorité pour faire respecter le droit de la concurrence et est par conséquent utilisée pour les infractions graves. Effectives et dissuasives, les sanctions doivent être proportionnées.

Des critères prévus par la loi

Les critères qui servent à calculer le montant des sanctions sont déterminés par le législateur : la gravité de la pratique (ce qui inclut sa durée), le dommage causé à l'économie, la situation de l'entreprise ou du groupe auquel l'entreprise appartient, et la réitération des pratiques. Le plafond maximal de la sanction est fixé à 10 % du chiffre d'affaires mondial du groupe. Le législateur a également prévu que les décisions de sanction de l'Autorité soient rendues publiques ; au-delà de leur coût pécuniaire, elles ont donc un coût en termes d'image.

Une méthode transparente

L'Autorité a publié en 2011 un communiqué précisant la méthode qu'elle suit pour appliquer les critères déterminés par la loi et calculer le montant des sanctions (communiqué sanctions du 17 mai 2011).

Cette méthode, visible et transparente, est également cohérente avec celles des autres autorités de concurrence en Europe. Ainsi, chaque entreprise sait à quoi s'attendre lorsqu'elle franchit la ligne jaune.

Sommes-nous trop sévères en France ?

Les sanctions peuvent atteindre des montants très élevés, en particulier lorsque se combinent plusieurs facteurs : infraction grave, dommage important à l'économie, grand groupe auteur des pratiques. Les sanctions sont cependant toujours proportionnées. D'une part, l'assiette de base de la sanction dépend de la valeur des ventes des produits ou services liés à l'infraction, et, d'autre part, l'Autorité de la concurrence prend en compte la situation individuelle de l'entreprise. Ainsi, le fait d'être un grand groupe diversifié disposant d'importantes ressources pourra conduire à majorer le montant de la sanction pour lui assurer un effet dissuasif. À l'inverse, une PME qui ne produit qu'un seul type de produit ou une entreprise dont la situation financière individuelle est particulièrement difficile pourra bénéficier d'une réduction du montant de la sanction.

Comment cela se passe-t-il ailleurs ?

Rappelons qu'aux États-Unis, au Danemark, au Royaume-Uni et en Irlande, les dirigeants impliqués dans des ententes sont condamnés à des peines d'emprisonnement ferme (348 années d'emprisonnement ont été infligées de 2000 à 2009 aux États-Unis). Au Royaume-Uni, en Allemagne et au

Portugal, l'autorité de concurrence peut déchoir les dirigeants de leurs mandats au sein des conseils d'administration et même prononcer des interdictions d'exercice professionnel. En France, le Parlement, qui a toujours soutenu le principe de sanctions dissuasives, que ce soit lors du vote de la loi sur les nouvelles régulations économiques en 2001 ou de la loi de modernisation de l'économie en 2008, a choisi de faire reposer la régulation concurrentielle sur le prononcé d'amendes pécuniaires aux entreprises. À l'occasion du bilan de la dernière loi, le Parlement a recommandé des sanctions effectives et dissuasives.

Lorsqu'une sanction est prononcée, l'entreprise la trouve toujours trop élevée,

et le plaignant ou le consommateur lésé la juge quant à lui trop faible! En tout état de cause, les économistes s'accordent à dire que, pour être vraiment dissuasive, une sanction devrait être au moins égale au "gain" espéré d'une pratique anticoncurrentielle, compte tenu de la faible probabilité de détection. Le législateur tient compte de ce raisonnement, mais il a également fixé un objectif d'individualisation de la sanction.

Voir aussi : DÉDOMMAGEMENT DU CONSOMMATEUR

Pour en savoir plus :

COMMUNIQUÉ SANCTIONS DU 16 MAI 2011

LES 7 SANCTIONS LES PLUS ÉLEVÉES PRONONCÉES DEPUIS 2000*

	DATE DE LA DÉCISION	AFFAIRE	SANCTION TOTALE EN MILLIONS D'€
1	30/11/2005	Cartel de la téléphonie mobile	534,0
2	20/09/2010	Commissions interbancaires sur les chèques	384,9
3	08/12/2011	Cartel des lessives	367,9
4	13/03/2012	Ententes sur la farine	242,4
5	13/12/2012	Appels <i>on net</i> / <i>off net</i> (Orange et SFR)	183,1
6	19/09/2000	Entente du crédit immobilier	174,5
7	02/02/2009	Entente du travail temporaire	94,4

[*] données au 31/12/2013. Certaines de ces décisions font l'objet d'un recours devant la cour d'appel de Paris ou la Cour de cassation.

SECTEURS D'ACTIVITÉ



Certains secteurs sont-ils davantage “dans le collimateur” de l’Autorité de la concurrence ?

Le droit de la concurrence s’applique à l’ensemble des secteurs de l’économie, de l’industrie aux services, en passant par l’agriculture. L’Autorité de la concurrence agit donc dans des domaines très variés et n’exclut aucun secteur d’activité. Elle a néanmoins constitué une expertise particulière dans plusieurs domaines : agroalimentaire, distribution, banque, télécommunications-internet, santé, transports, audiovisuel.

Détenant depuis la réforme de 2009 les pouvoirs d’enquête, l’Autorité doit compter sur ses propres forces pour “trouver les affaires”. Elle a désormais cette capacité à identifier des priorités, organiser la remontée des indices, les trier, les analyser pour déceler des zones sensibles.

La difficulté consiste à arbitrer entre des priorités nombreuses et des ressources rares. En effet, l’Autorité a la double obligation d’une part d’instruire 100 % des plaintes qui sont portées devant elle, ce qui absorbe déjà une part très importante de ses ressources, et d’autre part de répondre à l’ensemble des saisines pour avis dont elle fait l’objet.

Par conséquent, seule une part résiduelle des ressources en enquêteurs et rapporteurs peut être dédiée aux actions contentieuses ou consultatives menées de sa propre initiative (autosaisines contentieuses ou enquêtes sectorielles).

Afin de déterminer ses priorités sectorielles, l’Autorité prend en compte les critères suivants :

- les éventuelles restrictions de concurrence déjà identifiées sur le marché,
- les perspectives de libéralisation d’un secteur (ex : transports ferroviaires),
- l’importance du secteur concerné dans l’économie nationale,
- le niveau des prix dans le secteur, en comparaison avec les prix constatés dans des pays comparables au nôtre, l’existence de barrières à l’entrée sur le marché (notamment réglementaires), le niveau de concentration du secteur,
- les gains potentiels pour le pouvoir d’achat des consommateurs,
- l’historique du secteur en termes de pratiques anticoncurrentielles ou de concentrations,
- les résultats obtenus dans d’autres pays par des réformes en faveur de la concurrence.

Voir aussi : AVIS, ENQUÊTE SECTORIELLE, RÉGULATION

25 Zoom sur les affaires

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À PARIS.....	p.X
STATIONS-SERVICE SUR AUTOROUTE	p.xxvii

SURVEILLANCE



Quand une entreprise prend des engagements devant l'Autorité, qu'est-ce qui garantit qu'ils seront respectés ?

Après avoir rendu obligatoires les engagements d'une entreprise dans le cadre d'une procédure contentieuse, l'Autorité assure un suivi rigoureux de la mise en œuvre de ces engagements. Elle demande même parfois à l'entreprise concernée de s'engager à lui rendre compte de l'exécution des engagements.

Cette obligation peut, par exemple, prendre la forme d'un rapport destiné aux services d'instruction de l'Autorité, élaboré au fur et à mesure de la mise en œuvre des engagements, en vertu d'un calendrier préétabli par l'Autorité dans sa décision.

L'Autorité assure un suivi rigoureux de la mise en œuvre des engagements

S'ils l'estiment nécessaire, les services d'instruction de l'Autorité peuvent demander des informations complémentaires sur la base du rapport transmis par l'entreprise ou au regard de toute autre

source d'information et réaliser une enquête. L'Autorité peut par ailleurs assortir une décision rendant un engagement obligatoire d'astreintes, dans la limite de 5 % du chiffre d'affaires journalier moyen par jour de retard, à compter de la date qu'elle fixe (article L. 464-2 du Code de commerce).

Lorsque les informations recueillies par l'Autorité font apparaître une inexécution des engagements ou un changement de situation, l'Autorité peut se saisir d'office et ouvrir une procédure contentieuse. Le saisissant, le ministre de l'Économie ou toute autre entreprise ayant un intérêt à agir peut également saisir l'Autorité en cas de non-respect des engagements.

La violation ou l'inexécution des engagements peut être sanctionnée par une amende dont le montant maximum est de 10 % du montant du chiffre d'affaires mondial hors taxe de l'entreprise concernée.

Outre le suivi des décisions d'engagements, l'Autorité veille également au respect des décisions d'injonctions (mesures conservatoires, par exemple) et à celui des décisions d'autorisation de concentration conditionnées à la mise en œuvre d'engagements (dites autorisations "sous conditions"). Récemment, en 2012, l'Autorité a sanctionné la société SRR (filiale de l'opérateur SFR) pour ne pas avoir entièrement respecté l'injonction qu'elle avait prononcée à son encontre dans le cadre d'une décision de mesures

conservatoires. En 2011, l'Autorité a retiré à la société Groupe Canal Plus une autorisation de concentration précédemment accordée, en raison du non respect de plusieurs engagements qu'avait souscrits l'entreprise lors du rachat de TPS.

Au total, depuis 2009 l'Autorité de la concurrence a sanctionné à 4 reprises des entreprises pour non respect d'engagements ou d'injonctions.

Voir aussi : DÉCISION, ENGAGEMENTS, FUSIONS

25

Zoom sur les affaires

TÉLÉVISION.....p.XIX

INDEX DES MOTS

A

AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE	03
AVIS	04

B

BUDGET	07
--------------	----

C

CHOIX	09
CLÉMENCE	10
COMPÉTITIVITÉ	11
CONCURRENCE	12
CONFORMITÉ	13
CONSEILLER AUDITEUR	14
CONSOMMATEUR	15
CRISE	16
CROISSANCE	17

D

DÉCISION	21
DÉDOMMAGEMENT DU CONSOMMATEUR	23
DIALOGUE	24
DROIT DE LA CONCURRENCE	26

E

ÉCONOMIE DE MARCHÉ	29
EMPLOI	30
ENGAGEMENTS	31
ENQUÊTE SECTORIELLE	32
ENTENTE	34
EUROPE	35

F

FUSIONS	39
---------------	----

I

INDEPENDANCE ET IMPARTIALITE	43
INJONCTION	44
INNOVATION	45
INSTRUCTION	46
INTERNATIONAL	47

L

LIBERTÉ D'ENTREPRENDRE	51
LOI DE MODERNISATION DE L'ÉCONOMIE	52
LOW COST	54

M

MARCHÉS PUBLICS	57
MESURES D'URGENCE	58
MONOPOLES PUBLICS	59

O

OPINION DES FRANÇAIS	61
OUTRE-MER	62

P

PARLEMENT	65
PERQUISITIONS	66
PLAINTÉ	67
PME	68
POSITION DOMINANTE (ABUS DE)	69
POUVOIR D'ACHAT	71
PRIX	72
PROCÉDURE	73

Q

QUALITÉ	77
---------------	----

R

RECOURS	79
RÉGULATION	80

S

SANCTIONS	83
SECTEURS D'ACTIVITÉ	85
SURVEILLANCE	86

25

AFFAIRES

QUI ONT CHANGÉ NOTRE QUOTIDIEN

www.autoritedelaconcurrence.fr

AGROALIMENTAIRE

PORC CHARCUTIER



Quand les abatteurs s'entendaient sur le dos des éleveurs et des consommateurs

Saisie par quatre éleveurs porcins d'Ille et Vilaine, l'Autorité de la concurrence a sanctionné en 2013 des abatteurs de porcs bretons, ainsi que des organismes professionnels, à hauteur de 4,57 millions d'euros dans le secteur de l'abattage et de la commercialisation du porc charcutier.

Plusieurs types d'ententes ont été sanctionnés. La principale d'entre elles concerne 5 abatteurs (Abera, Bernard, Gad, Groupe Bigard et Socopa Viandes), qui se sont entendus sur les quantités achetées aux éleveurs de façon à faire baisser le prix qui leur était payé.

Parmi les autres pratiques, on notera également celle qui a consisté pour les abatteurs Cooperl Arc-Atlantique et Gad à s'entendre à l'encontre de l'enseigne Auchan, sur un prix minimum de vente de la longe de porc sans os ainsi que sur les prix de la viande destinée à faire l'objet de promotions nationales dans certains magasins de cette enseigne. Ces pratiques avaient renchéri artificiellement le prix de vente de la viande à ces magasins et donc au consommateur final.

Dans le calcul de la sanction, l'Autorité n'a tout de même pas manqué de prendre en considération le contexte économique difficile affectant les opérateurs de la filière porcine et l'existence d'un fort contre-pouvoir de la distribution alimentaire en aval.

Décision 13-D-03 du 13 février 2013

FARINE EN SACHET



Démantèlement d'un cartel d'envergure

L'Autorité de la concurrence a sanctionné en 2012 deux ententes d'envergure concernant la farine en sachet à hauteur de 242,2 millions d'euros.

11 grands meuniers français et allemands avaient conclu un pacte de non-agression mutuelle, consistant à limiter l'accès réciproque à leurs marchés nationaux.

Une fois à l'abri de la concurrence allemande, les principaux producteurs français avaient également verrouillé le marché national au travers de deux sociétés communes de commercialisation (France Farine et Bach Mühle). Toute forme de concurrence avait ainsi été éliminée entre eux

(fixation des prix en commun, répartition des volumes et des clients), particulièrement sur la farine de marque nationale "Francine".

Les meuniers français avaient ainsi pu pratiquer des prix plus élevés et maîtriser l'ensemble du marché français, depuis le segment du *hard discount* jusqu'à celui de la grande et moyenne distribution.

Décision 12-D-09 du 13 mars 2012

BANQUE / FINANCE

CRÉDIT IMMOBILIER



La coalition des banques face aux particuliers

Le Conseil de la concurrence – qui a précédé l’Autorité de la concurrence – a condamné en 2000 les principaux établissements bancaires à 174 millions d’euros d’amendes pour s’être entendus dans le secteur du crédit immobilier aux particuliers.

Dans un contexte de forte baisse des taux d’intérêt et face aux nombreuses demandes de particuliers souhaitant renégocier les conditions de leurs emprunts, les principaux établissements de la place avaient conclu un “pacte de non-agression” par lequel chacun d’entre eux s’interdisait de faire des propositions aux clients des autres banques.

Les particuliers s’étaient ainsi trouvés dans l’impossibilité de faire jouer la concurrence pour renégocier des conditions plus avantageuses.

Le montant des emprunts qui auraient pu être renégociés avoisinait les 600 milliards de Francs. Or, les titulaires de prêts n’avaient pu obtenir de renégociation que sur 36 milliards...

Décision 00-D-28 du 19 septembre 2000

COMMISSIONS INTERBANCAIRES



Une remise à plat des commissions interbancaires sur l'ensemble des moyens de paiement

L'Autorité a engagé un chantier de grande ampleur visant à passer au crible les commissions que les banques se facturent entre elles pour tous les moyens de paiement.

L'Autorité s'est d'abord intéressée au chèque en 2010 : elle a sanctionné 11 des plus grandes banques françaises à 384,9 millions d'euros pour avoir décidé collectivement de pratiquer des commissions interbancaires injustifiées sur les transactions par chèque.

Ce sont ensuite les commissions appliquées aux paiements et aux retraits par carte bancaire CB qui ont été examinées. Celles-ci n'avaient pas bougé depuis 20 ans ! Les banques ont proposé des engagements, lesquels ont été acceptés par l'Autorité après négociation : il en a résulté des réductions substantielles, allant de 20 à 50 %.

L'Autorité s'est ensuite intéressée aux commissions sur les autres moyens de paiements (prélèvements et TIP principalement). Au terme d'une procédure d'engagements, elle a obtenu la suppression totale de ces commissions au 1^{er} septembre 2013.

Décision 10-D-28 du 20 septembre 2010

Décision 11-D-11 du 7 juillet 2011

Décision 12-D-17 du 5 juillet 2012

BTP / INDUSTRIE

MARCHÉS PUBLICS D'ÎLE-DE-FRANCE



Entente généralisée : 40 appels d'offres faussés

En 2006, le Conseil de concurrence a démantelé une entente d'envergure impliquant 34 entreprises de BTP sur la région Île-de-France. La sanction s'est élevée à 48 millions d'euros.

De la fin 1991 à 1997, les principales entreprises du secteur se réunissaient pour se répartir les marchés de travaux publics d'Île-de-France, entre elles ou entre leurs filiales.

Les documents saisis lors de l'enquête faisaient notamment état de l'existence de dix "tables", correspondant à la répartition des marchés par zone géographique (départements 78, 92, 93, 94, 95), par

grand projet identifié (Eole, Meteor), par maître d'ouvrage (SNCF, RATP, Syndicat interdépartemental pour l'assainissement de l'agglomération parisienne, Direction départementale de l'équipement et Ville de Paris) ou encore par nature de travaux ("béton à plat").

Le respect de la répartition était garanti par la comptabilisation des avances et retards de chaque entreprise et par un système de compensations.

Au total, ce sont 40 marchés publics représentant environ 1 milliard d'euros qui avaient été faussés. Les majors du secteur ont été sanctionnés au taux maximum autorisé par la législation alors applicable (soit 5 % de leur chiffre d'affaires) et les autres entreprises à un niveau compris entre 1 % à 4 % de leur chiffre d'affaires.

Décision 06-D-07 du 21 mars 2006

SIGNALISATION ROUTIÈRE



Stop à l'entente

Alertée notamment par des articles de presse et par deux fabricants de panneaux, l'Autorité de la concurrence a sanctionné, en 2010, 8 entreprises à hauteur de 52,7 millions d'euros pour s'être entendues pendant 10 ans sur la quasi-totalité des marchés de signalisation routière "verticale" lancés par les collectivités publiques en France.

L'entente était très sophistiquée : les entreprises se réunissaient régulièrement et se répartissaient les marchés publics selon des règles préétablies. Chaque société adhérente du "club" devait respecter ces règles de fonctionnement. En cas de non-respect, le contrevenant se voyait infliger des pénalités financières.

Ces pratiques, mises en œuvre à partir de 1997, n'ont pris fin qu'en mars 2006, date à laquelle une perquisition a permis de prendre en flagrant délit les participants à l'entente, lors d'un déjeuner dans un grand restaurant parisien !

En trompant la concurrence, ces pratiques avaient affecté les ressources publiques, au détriment des collectivités ainsi que de l'ensemble des contribuables, du fait de la surévaluation artificielle du montant des offres retenues.

Une procédure pénale avait par ailleurs été ouverte devant le tribunal correctionnel de Nantes. Par jugement du 30 juin 2011, celui-ci a condamné les entreprises en cause à des peines d'amende et certains dirigeants de ces entreprises à des peines d'emprisonnement avec sursis.

Décision 10-D-39 du 22 décembre 2010

MONUMENTS HISTORIQUES



Le “Yalta du patrimoine français”

Le Mont-Saint-Michel, la cathédrale de Rouen, les grandes écuries de Chantilly... autant de sites prestigieux qui avaient été les cibles de trois ententes régionales en Haute-Normandie, Basse-Normandie et Picardie entre la fin des années 90 et le début des années 2000.

Quatorze entreprises, pour la plupart de maçonnerie et de taille de pierre, s'étaient réparti les chantiers, lors de tables rondes, selon des critères géographiques, leur antériorité d'intervention sur les monuments et leur niveau d'activité. Elles échangeaient sur les prix et sollicitaient de la part de concurrents des devis de complaisance pour simuler l'animation

concurrentielle aux yeux de l'acheteur public.

Peu de cathédrales, abbayes, églises et châteaux ont, dans ces trois régions, échappé à ces pratiques. Au total, la restauration de ces monuments aura coûté plus cher à l'État et aux collectivités locales.

Un ordre de grandeur? Dès le démantèlement des ententes, les prix des prestations fournies par ces mêmes entreprises ont chuté de plus de 20 % en moyenne!

L'Autorité de la concurrence a prononcé une sanction de 10 millions d'euros. Par ailleurs, dans le cadre de la procédure pénale devant le tribunal correctionnel de Rouen, neuf chefs d'entreprise ont écopé de peines de prison avec sursis.

Décision 11-D-02 du 26 janvier 2011

NÉGOCE DE L'ACIER



Un cartel de grande ampleur qui a touché un pan entier de l'économie

Le Conseil de la concurrence a sanctionné fin 2008 onze entreprises actives dans le secteur du négoce de produits sidérurgiques et le principal syndicat de la profession, pour avoir mis en place – entre mi 1999 et mi 2004 – un cartel de grande ampleur portant à la fois sur les prix, les clients et les marchés.

L'entente était particulièrement sophistiquée, avec de nombreuses réunions déclinées au niveau national, régional et local.

Les membres du cartel avaient mis en place des instances de contrôle et de soutien

des pratiques, et établi un système de “sanctions” en cas de déviation aux règles fixées. L'entente fonctionnait grâce à l'action de “parrains” et de “pilotes” qui agissaient sur tout le territoire national, lui-même “découpé” en 11 régions, avec à leur tête un “président”...

Le cartel avait touché un pan entier de l'économie française: les produits en cause étaient des biens intermédiaires utilisés par des entreprises de toute taille dans de nombreuses industries – BTP, chaudronnerie, industrie navale, etc. – ainsi que par des PME. Dans de tels cas, le surprix de l'amont est au moins en partie répercuté sur les opérateurs en aval, conduisant à augmenter *in fine* les prix de détail.

En 2010, la cour d'appel de Paris a entièrement confirmé les faits, mais a fortement réduit les sanctions infligées en les faisant passer de 575,4 à 74,1 millions d'euros. Le ministre ne s'est pas pourvu en cassation.

Décision 11-D-02 du 26 janvier 2011

DISTRIBUTION

JOUETS



On ne joue pas avec la facture du père Noël...

En 2007, le Conseil de la concurrence a sanctionné, à hauteur de 37 millions d'euros, cinq fabricants (Chicco, Hasbro, Megabrand, Lego et Goliath) et trois distributeurs (Joué Club, MaxiToys et Carrefour) pour s'être entendus sur le prix de vente des jouets de Noël. Durant les périodes des fêtes de fin d'année 2001 à 2003, les fournisseurs s'étaient en effet accordés avec leurs distributeurs afin que leurs produits soient vendus au même prix dans tous les points de vente.

Ils avaient parallèlement mis en place des actions de surveillance du marché et de police des prix, auxquelles avaient activement participé les distributeurs.

Ces derniers avaient mis en place des opérations commerciales incitant les consommateurs à effectuer une veille des prix pour leur compte en remboursant par exemple dix fois la différence s'ils trouvaient moins cher ailleurs.

Les consommateurs ont été les principales victimes de ces pratiques qui concernaient des achats incontournables de fin d'année!

Décision 07-D-50 du 20 décembre 2007

DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À PARIS



De nouvelles enseignes vont venir stimuler la concurrence à Paris

Saisie par la Ville de Paris, l'Autorité de la concurrence a rendu un avis concluant que le marché parisien de la distribution alimentaire était excessivement concentré.

S'il existait en apparence une multitude d'enseignes à Paris, le groupe Casino dominait en réalité très largement le marché. Il exploitait 375 points de vente (Franprix, Leader Price, Casino...) et détenait, en 2012, 50 % des magasins Monoprix. Résultat : la pression concurrentielle était insuffisante pour conduire le groupe Casino à baisser ses prix, alors que le niveau des marges nettes réalisées en amont (au niveau des centrales d'achat) et en aval (au

niveau des magasins de détail), aurait pu le permettre.

C'est pourquoi, après que Casino a soumis à l'Autorité de la concurrence (janvier 2013) son projet de prise de contrôle exclusif de l'enseigne Monoprix, dont il détenait déjà 50 %, l'Autorité a conditionné son autorisation (accordée en juillet 2013) à la cession par Casino de 58 magasins dans 50 zones de chalandise (dont 47 sont situées à Paris intra-muros), qui doivent être vendus à des enseignes concurrentes dans un délai limité.

L'objectif de ces cessions est de permettre le maintien d'une situation concurrentielle équilibrée en limitant la position de Casino et en permettant à d'autres enseignes de pénétrer le marché.

Ces engagements visent à assurer aux consommateurs concernés une offre concurrentielle et diversifiée pour leurs courses alimentaires.

Avis 12-A-01 du 11 janvier 2012

Décision 13-DCC-90 du 10 juillet 2013

LESSIVE



Des lessives qui lavent trop cher

L'Autorité a découvert en 2008, grâce à une demande de clémence, que les quatre principaux fabricants de lessives en France – Unilever, Henkel, Procter & Gamble et Cogate Palmolive – s'entendaient sur les prix et promotions pratiqués auprès de la grande distribution. L'entente, qui avait duré de 1997 à 2004, a concerné toutes les grandes marques de lessives (Ariel, Skip, Dash, Omo, Super croix, Gama, Persil, X-tra) et tous les formats (poudres, liquides, tablettes).

Les directeurs commerciaux des filiales françaises se rencontraient trois à quatre fois par an dans des hôtels parisiens et des restaurants de la banlieue ouest parisienne

pour se mettre d'accord sur les prix et les promotions qu'ils allaient ensuite proposer individuellement aux enseignes de la grande distribution.

Ces réunions, tenues secrètes, étaient désignées par certains participants sous l'appellation de "store checks". Sur certains documents saisis, les participants à l'entente portaient même des noms de code: "Hugues" pour Henkel, "Pierre" pour Procter&Gamble, "Laurence" ou "Louis" pour Lever (Unilever) et "Christian" pour Colgate...

Cette collusion généralisée qui aura duré près de 6 ans avait permis de maintenir des prix élevés au détriment des consommateurs. L'Autorité de la concurrence a prononcé une sanction de 367,9 millions d'euros. Ayant été la première à dénoncer l'entente, Unilever a été exonérée de toute sanction.

Décision 11-D-17 du 8 décembre 2011

ÉNERGIE

PANNEAUX SOLAIRES PHOTOVOLTAÏQUES



EDF a entretenu la confusion dans l'esprit des consommateurs entre service public et activité en concurrence

Saisie par Solaire Direct, l'Autorité de la concurrence a sanctionné EDF à hauteur de 13,5 millions d'euros pour avoir abusé de sa position dominante en mettant en œuvre des pratiques anticoncurrentielles sur le marché émergeant des offres de services photovoltaïques aux particuliers.

EDF avait notamment entretenu, jusqu'à une décision de mesures conservatoires rendue par l'Autorité en 2009, une confusion dans l'esprit des consommateurs entre son activité de service public de fourniture d'électricité et son activité de services photovoltaïques. Elle avait

utilisé la *Lettre Bleu Ciel*, qui est adressée à tous ses clients usagers de l'électricité, pour faire la promotion de l'énergie solaire et inviter les clients à appeler le N° 39 29. Lorsqu'ils appelaient le *Conseil Energie Solaire*, qui se présentait comme un service délivrant une information générale et impartiale, les clients, s'ils étaient intéressés pour devenir producteur d'électricité solaire, étaient alors orientés vers un service interne d'EDF qui agissait, sans le préciser, pour le compte de la filiale EDF ENR.

L'utilisation de l'image de marque et de la notoriété de l'opérateur historique peut devenir anticoncurrentielle lorsqu'elle conduit à entretenir la confusion entre une activité de service public et une activité concurrentielle. En ayant permis à sa filiale EDF ENR d'utiliser l'image de marque et la notoriété d'EDF, ainsi que ses moyens matériels et humains, pour commercialiser les offres photovoltaïques, EDF a mis à sa disposition des moyens qui n'étaient pas reproductibles par la concurrence et qui ne reposaient pas sur ses mérites propres.

Par ailleurs, EDF avait également abusé de sa position dominante en utilisant son fichier clients pour favoriser la commercialisation des offres de sa filiale EDF ENR.

Les concurrents, constitués de PME aux marques inconnues, ont été durablement affectés par l'ensemble de ces pratiques, qui ont perturbé, dès le départ, toute réelle possibilité de concurrence.

Décision 13-D-20 du 17 décembre 2013

Décision 09-MC-01 du 8 avril 2009

INTERNET / TÉLÉCOMS / MÉDIAS

TÉLÉPHONIE MOBILE



Le “Yalta des parts de marché”

En 2005, le Conseil de la concurrence a mis un coup d'arrêt à une entente entre Orange France, SFR et Bouygues Télécom. Les trois opérateurs ont été sanctionnés à hauteur de 534 millions d'euros pour s'être, d'une part, échangé tous les mois des informations commerciales stratégiques sur les nouveaux abonnements et les résiliations (entre 1997 et 2003) et, d'autre part, partagé le marché pendant deux ans (“Yalta des parts de marché”).

Entre 2000 et 2002, les trois opérateurs avaient en effet décidé de stabiliser leurs parts de marché autour d'objectifs communs et avaient adopté des mesures visant plutôt à rentabiliser la base de

clientèle acquise: relèvement des prix, adoption de mesures telles que la priorité donnée aux forfaits avec engagement au détriment des cartes prépayées, instauration des paliers de 30 secondes après une première minute indivisible, etc.

Ces mesures, défavorables au consommateur, présentaient le risque de provoquer une baisse des ventes (et donc des parts de marché) de l'opérateur qui se serait aventuré à les mettre en œuvre unilatéralement.

L'intérêt de la concertation était donc de faciliter la mise en place de cette stratégie, en permettant aux trois opérateurs de s'assurer qu'ils poursuivaient simultanément la même politique et que leurs parts de marché relatives resteraient par conséquent stables.

Décision 05-D-65 du 30 novembre 2005

SMARTPHONES



Les iPhone désormais distribués par tous les opérateurs

Dans le prolongement des mesures conservatoires qu'elle avait prononcées en 2008, l'Autorité de la concurrence a rendu, en janvier 2010, une décision qui a mis définitivement fin à l'exclusivité de distribution de l'iPhone dont bénéficiait Orange.

L'exclusivité conclue entre Apple et le premier opérateur mobile français portait sur une période très longue (cinq ans) et concernait non seulement les modèles d'iPhone déjà en vente mais aussi les futurs modèles.

L'Autorité a considéré qu'il était déjà difficile pour les consommateurs de changer

d'opérateur mobile, beaucoup d'entre eux étant engagés pour des durées de 12 voire 24 mois et fidélisés par des programmes spécifiques.

Dans ces conditions, une exclusivité durable sur ces modèles très demandés aurait ajouté un obstacle supplémentaire au changement d'opérateur, et ce d'autant plus que s'agissant de terminaux comme l'iPhone, la captivité des consommateurs est aggravée par les problèmes d'interopérabilité qui rendent difficile la migration des données vers des téléphones d'autres marques.

Décision 08-MC-01 du 17 décembre 2008

Décision 10-D-01 du 11 janvier 2010

L'ENTRÉE DU 4^e OPÉRATEUR MOBILE



Un accord “d’itinérance” 3G nécessaire mais transitoire

L'Autorité de la concurrence s'est prononcée à plusieurs reprises en faveur de l'entrée sur le marché d'un quatrième opérateur, afin de redynamiser la concurrence.

L'Autorité a relevé que des conditions spécifiques et proportionnées, limitées dans le temps, étaient nécessaires à l'entrée de ce nouvel opérateur, Free, qui ne pouvait déployer son réseau de façon aussi progressive que les autres opérateurs – à partir de 1991 pour France Télécom et SFR pour la 2G, de 2001-2002 pour la 3G pour ces deux opérateurs ainsi que Bouygues Télécom.

À ce titre, l'Autorité a estimé, au vu des développements du marché, que l'obtention par Free, le nouvel entrant, d'une prestation d'itinérance 3G était nécessaire pour accompagner son entrée en complément du droit à l'itinérance 2G prévu dans le cadre des licences accordées au début des années 2000 aux trois opérateurs qui étaient déjà présents sur le marché.

À la suite de cet avis, Orange a conclu avec Free un accord d'itinérance 2G et 3G en mars 2011.

Dans un second temps, l'Autorité de la concurrence a rendu un avis plus général sur l'itinérance et la mutualisation.

S'agissant du contrat d'itinérance dont bénéficie Free, l'Autorité a conclu qu'il avait permis d'animer la concurrence dès son entrée sur le marché mais qu'il devait cependant être borné dans le temps. L'itinérance doit s'éteindre au fur et à mesure du déploiement du réseau du nouvel entrant, entre 2016 et 2018, afin de préserver la concurrence par les infrastructures, qui constitue un levier essentiel du dynamisme du marché.

S'agissant de la mutualisation, l'Autorité a considéré qu'elle constituait une alternative intéressante à une concentration

du secteur, à l'heure où les quatre opérateurs de réseaux mobiles avaient du mal à faire face aux investissements massifs nécessaires pour développer le réseau de 4^e génération.

Elle a cependant précisé dans son avis les conditions qui lui semblaient acceptables. De façon générale, elle est soucieuse de maintenir une incitation à la concurrence par les infrastructures dans les zones de déploiement naturel des opérateurs, et de permettre l'émergence d'infrastructures mutualisées dans les zones où les opérateurs seraient moins incités à déployer des services.

Ces conditions sont déclinées selon le degré de mutualisation envisagé (active ou passive, modalités de mise en œuvre), les zones sur lesquelles une telle mutualisation est envisagée et le pouvoir de marché des opérateurs parties à l'accord.

À la suite de cet avis, les opérateurs ont annoncé des projets de mutualisation, auxquels l'Autorité de la concurrence est attentive.

Avis 10-A-13 du 14 juin 2010
Avis 13-A-08 du 11 mars 2013

PUBLICITÉ LIÉE AUX RECHERCHES EN LIGNE



Google sommé de traiter les annonceurs de façon équitable et transparente

Saisie par NavX, petite société qui commercialise par Internet des données indiquant la position des radars routiers (fixes et mobiles), et qui dénonçait la rupture brutale de son contrat et un traitement discriminatoire de la part de Google à son encontre, l'Autorité a prononcé des mesures d'urgence à l'égard du géant d'Internet.

Le moteur de recherche a dû non seulement clarifier, dans les 4 mois, la portée du règlement "Adwords" applicable aux dispositifs de contournement des contrôles routiers, mais aussi les procédures pouvant conduire à la suspension du compte d'un

annonceur. Google a dû également rétablir le compte de NavX, pour que celui-ci puisse à nouveau diffuser ses annonces publicitaires.

De façon plus générale et au-delà de ce cas individuel, Google s'est par la suite engagé auprès de l'Autorité à rendre plus transparent et prévisible pour les annonceurs le fonctionnement de son service AdWords, en France et dans tous les pays concernés par ce service.

Décision 10-MC-01 du 30 juin 2010

Décision 10-D-30 du 28 octobre 2010

TÉLÉVISION



Réguler le monopole de Canal Plus/TPS sur la télévision payante et garantir un fonctionnement concurrentiel du marché

En septembre 2011, considérant que Canal Plus n'avait pas respecté plusieurs engagements essentiels, l'Autorité de la concurrence a décidé de retirer l'autorisation de l'opération de rachat de TPS délivrée en 2006 et l'a sanctionné à hauteur de 30 millions d'euros.

Notifiée à nouveau, l'opération a alors fait l'objet d'une analyse approfondie au regard du contexte de marché actuel. L'opération a finalement été autorisée par l'Autorité, assortie d'une dizaine d'injonctions.

En effet, devant l'insuffisance des solutions proposées par Canal Plus, l'Autorité a été amenée à imposer unilatéralement des mesures à l'opérateur, et notamment :

- proposer aux chaînes indépendantes des conditions claires et non discriminatoires pour leur distribution sur CanalSat,
- mettre à disposition des distributeurs tiers toutes les chaînes cinéma (dégrouper) qu'il édite pour son bouquet CanalSat (chaînes Ciné +),
- céder sa participation (ou à défaut adopter des mesures pour limiter son influence) dans Orange Cinéma Séries.

Décision 11-D-12 du 20 septembre 2011

Décision 12-DCC-100 du 23 juillet 2012

SANTÉ

DISTRIBUTION DES MEDICAMENTS



Instiller plus de concurrence de l'amont à l'aval

Constatant le poids considérable que représente le secteur de la santé dans l'économie nationale, l'Autorité de la concurrence a pris l'initiative de mener une vaste enquête sectorielle afin d'examiner la distribution en ville du médicament à usage humain.

Après plusieurs mois de consultation avec l'ensemble des parties prenantes, elle a rendu public en décembre 2013 son avis, dans lequel elle a formulé un certain nombre d'observations et de propositions qui s'insèrent dans une démarche cohérente d'animation de la concurrence.

L'Autorité souhaite instiller un peu plus de concurrence dans la distribution du médicament afin de dynamiser l'innovation à l'amont, permettre aux échelons intermédiaires de jouer leur rôle de contre-pouvoir à l'achat, et donner l'occasion aux pharmaciens d'officine d'être des acteurs plus robustes et mieux armés face à de nouveaux concurrents sur le segment du médicament d'automédication.

Dans son avis, l'Autorité de la concurrence a notamment rappelé que la lutte contre le dénigrement des génériques permet non seulement de lutter contre le creusement du déficit de la Sécurité sociale, mais également de défendre indirectement l'incitation à innover. En effet, la concurrence liée à la mise sur le marché de médicaments génériques entraîne des économies de coût pour l'Assurance-maladie qui permettent, dans un contexte budgétaire difficile, de dégager des ressources pour financer à leur juste valeur des médicaments réellement innovants.

Par ailleurs, l'Autorité a préconisé de renforcer la puissance d'achat des intermédiaires afin de pouvoir faire bénéficier les officines et le consommateur final de prix plus intéressants.

Enfin, à l'aval, l'Autorité s'est dite favorable à la vente des médicaments d'automé-

dication et de certains produits “frontières” (comme par exemple les tests de grossesse ou les produits d’entretien pour lentilles de contact) en parapharmacies ou en grandes surfaces, en plus des pharmacies. Elle a cependant insisté sur la nécessité d’encadrer la commercialisation par des règles strictes, qui garantissent la qualité et la sécurité de la vente du médicament, et notamment la présence d’un pharmacien diplômé, la création d’un espace de vente dédié et l’obligation de délivrance d’un conseil.

Avis 13-A-24 du 19 décembre 2013

VENTE EN LIGNE DE MÉDICAMENTS



Un nouveau canal de vente : plus de choix pour les patients, de nouveaux débouchés pour les pharmaciens

À l’occasion de la transposition en France d’une directive européenne qui autorise et encadre la vente sur Internet de médicaments à partir de janvier 2013, l’Autorité a rendu un avis au ministre des Affaires sociales et de la Santé, concernant un projet d’arrêté.

Estimant que le projet de texte contenait beaucoup de restrictions injustifiées, l’Autorité a émis des réserves et fait des recommandations, lesquelles ont été très largement entendues par les pouvoirs publics.

Elle a en premier lieu préconisé de ne pas restreindre la vente en ligne aux seuls médicaments en “libre-service” dans l’officine, mais plutôt de l’élargir à tous ceux que l’on peut acheter sans prescription du médecin (aspirine, paracétamol, antitussif...).

Ensuite, elle a estimé qu’obliger les pharmaciens à vendre sur deux sites Internet distincts les médicaments et la parapharmacie était une restriction non justifiée. Elle s’est également opposée à un alignement obligatoire des prix entre celui affiché en officine et celui proposé en ligne. Compte tenu des frais de livraison additionnels, cette dernière disposition aurait en effet mécaniquement conduit à positionner le prix du médicament acheté en ligne à un niveau supérieur.

Toutes ces restrictions, non justifiées par des motifs de santé publique, auraient freiné le développement de ce nouveau canal de distribution, au détriment tant des patients que des pharmaciens, qui restent les seuls habilités à pouvoir commercialiser des médicaments sur Internet.

Avis 13-A-12 du 10 avril 2013

MÉDICAMENTS GÉNÉRIQUES



Des laboratoires sanctionnés pour dénigrement de médicaments génériques

Empêcher les médicaments génériques de se faire une place au soleil... Les laboratoires multiplient les stratégies et ont plus d’un tour dans leur sac !

L’affaire “Plavix”

Saisie par Teva Santé (3^e fabricant de génériques en France), l’Autorité a sanctionné en mai 2013 Sanofi-Aventis à hauteur de 40,6 millions d’euros pour avoir mis en place, auprès des professionnels de la santé, une stratégie de dénigrement à l’encontre des génériques de Plavix®.

Objectif poursuivi ? Enrayer le mécanisme de substitution générique à la fois au stade

de la prescription, en obtenant des médecins qu'ils apposent sur l'ordonnance la mention "non substituable", et au stade de la substitution elle-même, en incitant les pharmaciens à substituer Plavix® par son propre générique, Clopidogrel Winthrop®.

Méthode ? Les visiteurs médicaux et délégués pharmaceutiques jetaient le doute dans l'esprit des médecins et des pharmaciens sur l'efficacité et l'innocuité des génériques concurrents de Plavix® et laissaient entendre que leur responsabilité pourrait être engagée en cas de problème médical...

Utilisé pour la prévention des récives des maladies cardiovasculaires graves, Plavix est le 4^e médicament le plus vendu au monde et le premier poste de remboursement de l'Assurance maladie en France. Le dénigrement a eu pour conséquence de ralentir considérablement la progression des génériques de ce médicament. Le manque à gagner a été substantiel pour la Sécurité sociale : un médicament générique coûte 60% moins cher que le médicament d'origine.

L'affaire "Subutex"

Saisie par Arrow génériques, l'Autorité a sanctionné en décembre 2013 Schering Plough à hauteur de 15,3 millions d'euros pour avoir entravé l'arrivée sur le marché

du générique de son médicament princeps Subutex®. Subutex® est un médicament prescrit dans le cadre du traitement de la dépendance aux opiacés des patients toxicomanes.

En concertation avec son concurrent Reckitt Benckiser, Schering Plough a conçu un plan d'ensemble destiné à contrer l'arrivée des génériques du Subutex®. Cela s'est traduit dans les faits par la mise en œuvre d'une communication globale et structurée de la part de Schering Plough visant à dénigrer le générique de son concurrent Arrow. Cette stratégie a permis d'instaurer une "crainte" dans l'esprit des médecins et pharmaciens quant à un changement de traitement.

En outre, le laboratoire a proposé aux pharmaciens des offres commerciales destinées à saturer leurs linéaires avec le Subutex®. Schering Plough a ainsi fait obstacle à la concurrence, tant au stade de la prescription qu'au stade de la délivrance du médicament. La moindre pénétration du générique a eu des effets substantiels pour les comptes de l'Assurance maladie.

Décision 13-D-11 du 14 mai 2013

Décision 13-D-21 du 18 décembre 2013

SERVICES AUX ENTREPRISES

TRAVAIL TEMPORAIRE



Les majors de l'intérim en France sanctionnés pour entente sur leur politique commerciale

Le Conseil de la concurrence a sanctionné Adecco, Manpower et VediorBis pour avoir mis en place une entente: ces sociétés se coordonnaient fréquemment sur les différents éléments de leur politique commerciale et tarifaire vis-à-vis de leurs clients "grands comptes", tels que Eiffage, La Poste, Alstom, EDF, Servair, les Galeries Lafayette ou Alcan.

Le but de la concertation était de faire en sorte que la compétition par les prix joue le moins possible entre elles. Les entreprises clientes avaient donc supporté des marges supérieures à celles qui auraient résulté du libre jeu de la concurrence.

Les travailleurs intérimaires avaient également souffert de la pratique en raison du renchérissement du recours à cette forme de travail. Cette affaire a donné lieu à une amende de 94,4 millions d'euros, montant de sanction le plus élevé infligé en 2009. Les entreprises en cause ayant déjà précédemment été condamnées pour entente en 1997, la sanction a été augmentée pour tenir compte de cette réitération.

Décision 09-D-05 du 2 février 2009

TRANSPORTS

ENTRETIEN ET RÉPARATION AUTOMOBILE



L'Autorité appelle à lever progressivement le monopole sur les pièces détachées visibles, au bénéfice des automobilistes

Au terme d'une consultation de l'ensemble des parties prenantes (constructeurs, équipementiers, organisations professionnelles, associations de consommateurs, etc.), l'Autorité a rendu les conclusions de son enquête sectorielle en octobre 2012.

Objectif : faire baisser le prix de l'entretien-réparation automobile mais aussi créer une nouvelle dynamique dans la filière.

Sa principale proposition est de faire évoluer la législation afin d'ouvrir le marché des pièces de rechange visibles

(ailes, capots, phares, pare-brises, etc.) dont les constructeurs détiennent actuellement le monopole légal. L'Autorité a suggéré une ouverture progressive par famille de pièces afin de donner le temps nécessaire aux acteurs de revoir leur modèle économique et de permettre aux équipementiers français de se préparer à l'ouverture du marché.

Cette ouverture devrait à terme se traduire pour les consommateurs par une baisse moyenne du prix des pièces visibles de l'ordre de 6 à 15 %.

Parmi les autres recommandations de l'Autorité :

- contrôler et sanctionner de manière dissuasive et crédible les entraves à l'accès des réparateurs indépendants aux informations techniques des constructeurs ;
- rédiger en termes clairs et explicites les contrats de garantie constructeur, concernant la faculté dont dispose le consommateur d'utiliser les services d'un réparateur indépendant sans perdre le bénéfice de la garantie.

Avis 12-A-21 du 8 octobre 2012

FRET FERROVIAIRE



Premier contentieux depuis l'ouverture à la concurrence

L'ouverture à la concurrence d'un secteur ne se fait pas sans heurts et le secteur ferroviaire n'échappe pas à la règle.

Saisie par EuroCargoRail, l'Autorité de la concurrence a rendu une première décision importante dans le secteur du fret en sanctionnant la SNCF à hauteur de 60,9 millions d'euros pour avoir utilisé sa position dominante afin d'entraver ou retarder l'entrée de nouveaux opérateurs sur le marché.

Les perquisitions menées dans les locaux de la SNCF avaient montré que la branche Fret de la SNCF avait eu accès à des informations confidentielles sur

ses concurrents obtenues dans le cadre de la mission de service public de gestion des infrastructures qu'elle exerce par ailleurs. La branche Fret les avait ensuite utilisées dans son propre intérêt commercial de façon à adapter sa stratégie commerciale pour reprendre l'avantage sur les trafics spécifiquement visés par ses concurrents.

L'Autorité a également sanctionné d'autres pratiques consistant à empêcher les concurrents d'accéder à des capacités ferroviaires indispensables à leur activité (cours de marchandises, sillons, wagons).

Elle a enfin établi que la SNCF avait dans certains cas pratiqué des prix d'éviction (prix inférieurs à ses coûts) auprès des chargeurs, dans le but de conserver ses positions et d'empêcher artificiellement ses concurrents de pénétrer le marché. Elle a prononcé une injonction à l'encontre de la SNCF lui imposant de faire évoluer son modèle économique dans un délai de 3 ans.

Décision 12-D-25 du 18 décembre 2012

STATIONS-SERVICE SUR AUTOROUTE



L'arrivée de concurrents d'un nouveau genre : la grande distribution

C'est l'un des avis les plus anciens du Conseil de la concurrence, qui a permis en 1988 à la grande distribution d'ouvrir sa première station-service sur autoroute.

Le Conseil a en effet joué un rôle important dans ce secteur, à la demande des parlementaires qui souhaitaient que l'on se penche sur la situation de la concurrence sur les stations-service d'autoroute.

En 1988, E. Leclerc a obtenu auprès du ministère de l'Industrie sa première concession autoroutière.

Depuis cette date, la pénétration des grandes et moyennes surfaces sur le marché de la distribution des carburants a été un facteur majeur d'animation de la concurrence. Aujourd'hui, ces enseignes représentent 62 % des volumes distribués en général.

Cette nouvelle concurrence a obligé les pétroliers à ouvrir des enseignes low cost, pratiquant des prix plus bas pour une même qualité ou une qualité proche de carburant.

INDEX DES AFFAIRES

Certaines des décisions de l'Autorité de la concurrence citées dans ce guide ont fait l'objet de recours ou de pourvois, dont certains sont encore pendants. Une fois rendus, les arrêts de la cour d'appel de Paris et de la Cour de cassation sont publiés sur le site Internet de l'Autorité de la concurrence.

AGROALIMENTAIRE

PORC CHARCUTIER	I
FARINE EN SACHET	II

BANQUE / FINANCE

CRÉDIT IMMOBILIER	III
COMMISSIONS INTERBANCAIRES	IV

BTP / INDUSTRIE

MARCHÉS PUBLICS D'ÎLE DE FRANCE	V
SIGNALISATION ROUTIÈRE	VI
MONUMENTS HISTORIQUES	VII
NÉGOCE DE L'ACIER	VIII

DISTRIBUTION

JOUETS	IX
DISTRIBUTION ALIMENTAIRE À PARIS	X
LESSIVE	XI

ÉNERGIE

PANNEAUX SOLAIRES PHOTOVOLTAÏQUES	XII
--	-----

INTERNET / TÉLÉCOMS / MÉDIAS

TÉLÉPHONIE MOBILE	XIV
SMARTPHONES	XV
L'ENTRÉE DU 4 ^e OPÉRATEUR MOBILE	XVI
PUBLICITÉ LIÉE AUX RECHERCHES EN LIGNE	XVIII
TÉLÉVISION	XIX

SANTÉ

DISTRIBUTION DES MÉDICAMENTS	XX
VENTE EN LIGNE DE MÉDICAMENTS	XXI
MÉDICAMENTS GÉNÉRIQUES	XXII

SERVICES AUX ENTREPRISES

TRAVAIL TEMPORAIRE	XXIV
--------------------------	------

TRANSPORTS

ENTRETIEN ET RÉPARATION AUTOMOBILE	XXV
FRET FERROVAIRE	XXVI
STATIONS-SERVICE SUR AUTOROUTE	XXVII

