

ans

Autorité
de la concurrence

Autorité
de la concurrence

SERVICE COMMUNICATION
11, rue de l'Échelle - 75001 Paris
Tél. : 01 55 04 00 00

autoritedelaconcurrence.fr
@Adlc

AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE • 10 ANS



“ C’est la concurrence qui met un juste prix aux marchandises,
et qui établit les vrais rapports entre elles.”

Montesquieu

2019 est une année particulière pour l'Autorité de la concurrence puisque l'institution fête sa 10^{ème} année d'existence. Le 2 mars 2009, elle succédait en effet au Conseil de la concurrence, à la faveur de la réforme instituée par la loi de modernisation de l'économie du 4 août 2008. Un changement de nom qui s'est accompagné d'un élargissement de ses compétences et d'un renforcement de ses moyens en matière d'enquête. En 2015, la loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques confiait en outre à l'Autorité un rôle supplémentaire en matière de régulation des professions réglementées du droit.

Depuis lors, l'Autorité n'a jamais cessé de se renforcer, de se moderniser et de s'ouvrir sur le monde. Cet ouvrage propose un « concentré » de son action, au travers d'une sélection de dossiers qui ont marqué la vie économique et le quotidien des Français.

10

grands dossiers en matière
**de sanction de pratiques
anticoncurrentielles** - p. 5

grands dossiers en matière
**de contrôle des rachats/
fusions d'entreprises** - p. 27

grands dossiers en matière
**consultative (avis et
enquêtes sectorielles)** - p. 49

10 grands dossiers

Pratiques anti concurrentielles

Les ententes et les abus de position dominante peuvent avoir un impact considérable sur l'économie, et notamment pour les consommateurs et les PME.

C'est pourquoi, lorsque cela est nécessaire, l'Autorité n'hésite pas à prononcer des amendes qui remplissent un double objectif : sanctionner le comportement de l'entreprise en cause et dissuader les autres opérateurs économiques de se livrer à de telles pratiques.



2010

Panneaux de signalisation routière

8 fabricants leaders dans le secteur de la fourniture et de la pose de panneaux de signalisation se sont entendus aux dépens de l'État et des collectivités locales pendant près de 10 ans. Les entreprises ont dû s'acquitter de 52,7 millions d'euros d'amende.

DÉCISION 10-D-39 DU 22 DÉCEMBRE 2010

Entre 1997 et 2006, 8 entreprises ont mis en coupe réglée tout un secteur en s'entendant sur les prix et en se répartissant la quasi-totalité des marchés publics lancés en France. C'est une perquisition, menée lors d'une réunion du « club » dans un grand restaurant parisien, qui a mis au jour le cartel.

Au cours de réunions régulières, les membres se répartissaient les marchés, fixaient les prix et les remises qui pouvaient être consenties aux acheteurs, selon des modalités formalisées dans un document intitulé « Règles ». Chaque société était tenue de respecter ces dernières sous peine de se voir infliger des pénalités financières. Une fois le cartel démasqué, les prix ont immédiatement chuté de 10 à 20%.

A la suite de la décision de l'Autorité, plusieurs départements ont obtenu des indemnités à l'issue d'actions en réparation introduites auprès des tribunaux.

2010

Commissions interbancaires sur les chèques

Les 11 plus grandes banques françaises ont été sanctionnées à hauteur de 384,9 millions d'euros pour avoir instauré plusieurs commissions interbancaires injustifiées, à l'occasion de la dématérialisation du traitement du chèque.

DÉCISION 10-D-28 DU 20 SEPTEMBRE 2010

À l'occasion du passage à la dématérialisation du traitement du chèque, les 11 principales banques françaises ont notamment instauré une commission interbancaire de 4,3 centimes d'euros sur les chèques échangés.

L'Autorité a estimé que cette commission, appliquée durant 4 ans et demi, n'était pas justifiée économiquement et ne correspondait à aucun service rendu. Elle a considéré que cette fixation en commun constituait une entente anticoncurrentielle, qui a directement ou indirectement pesé sur le niveau des prix des services bancaires.

Alors que la dématérialisation du système de compensation a permis aux banques de réaliser d'importantes économies, les consommateurs et les entreprises n'ont pas pu pleinement profiter de ce progrès économique. Les banques ont en effet répercuté la commission, soit directement par une augmentation des tarifs de la remise de chèques, soit indirectement au moyen de la hausse du prix d'autres services bancaires.





2011 Lessives

Les 4 principaux fabricants de lessives en France ont été sanctionnés à hauteur de 367,9 millions d'euros pour s'être entendus pendant près de 6 ans sur les prix et les règles promotionnelles pratiqués auprès de la grande distribution.

DÉCISION 11-D-17 DU 8 DÉCEMBRE 2011

Tout commence en 2008, quand Unilever dénonce l'existence du cartel et sollicite le bénéfice du programme de clémence. Dans les mois qui suivent, Henkel, Procter&Gamble et Colgate Palmolive lui emboîtent le pas.

L'Autorité découvre alors un cartel de grande envergure concernant toutes les marques de lessive et tous les formats (poudres, liquides, tablettes).

Les directeurs commerciaux se rencontraient dans le plus grand secret 3 à 4 fois par an dans des hôtels et restaurants de la banlieue ouest parisienne. Sur certains documents saisis, on remarque que les protagonistes avaient choisi d'adopter des noms de code pour plus de discrétion : « Hugues » pour Henkel, « Pierre » pour Procter&Gamble, « Laurence » ou « Louis » pour Lever (Unilever) et « Christian » pour Colgate.

Cette entente généralisée a permis aux fabricants de restreindre la concurrence de 1997 à 2004 au détriment des consommateurs, lesquels ont supporté des prix supérieurs à ceux qui auraient résulté d'une compétition non faussée.

2012

Fret ferroviaire

L'Autorité a sanctionné la SNCF à hauteur de 60,9 millions d'euros pour avoir entravé ou retardé l'entrée de nouveaux opérateurs sur le marché du fret ferroviaire.

DÉCISION 12-D-25 DU 18 DÉCEMBRE 2012

Parallèlement à son activité de transport ferroviaire, la SNCF est gestionnaire d'infrastructure déléguée (GID) pour le compte de Réseau Ferré de France (RFF) qui la rémunère à cet effet.

Des perquisitions menées dans les locaux de la SNCF ont montré que sa branche Fret avait eu accès à des informations confidentielles et les avait utilisées dans son propre intérêt, adaptant spécifiquement sa stratégie commerciale sur les trafics convoités par ses concurrents.

L'Autorité a par ailleurs également constaté que la SNCF avait :

- empêché ses concurrents d'accéder à des capacités ferroviaires indispensables à leurs activités (cours de marchandises, sillons, wagons), les obligeant à recourir à des solutions alternatives moins compétitives ;
- pratiqué dans certains cas des prix d'éviction pour conserver ses positions.

L'Autorité a estimé que ces pratiques de la part de l'opérateur historique étaient graves dans la mesure où elles sont intervenues au moment de l'ouverture effective du secteur à la concurrence à partir du 31 mars 2006.



2014

Produits d'hygiène et d'entretien



Deux ententes de grande envergure entre les principaux fabricants de produits d'hygiène et d'entretien ont été sanctionnées à hauteur de près de 1 milliard d'euros.

DÉCISION 14-D-19 DU 18 DÉCEMBRE 2014

Ce sont de très nombreux produits de la vie quotidienne qui sont concernés, comme par exemple les liquides-vaisselle, les nettoyeurs ménagers, les désodorisants, les produits détachants ou encore les gels douche, shampoings, dentifrices, mousses à raser, etc.

Grâce aux informations obtenues des premiers demandeurs de clémence, des opérations de visite et saisie ont été menées en France, lesquelles ont permis de réunir de nombreuses preuves (agendas, notes internes, notes prises en réunion, réservations de lieu, etc.).

Les ententes étaient particulièrement sophistiquées : la concertation avait lieu au sein de plusieurs cercles dénommés « Team » ou encore « Amis » qui rassemblaient les directeurs commerciaux. Les représentants des entreprises se réunissaient dans des restaurants et s'échangeaient également des correspondances à leur domicile privé. Objectif : coordonner les positions de négociation commerciale auprès des enseignes de grande distribution et se concerter en particulier sur les hausses de prix. Ces ententes ont concerné l'ensemble du territoire national et ont favorisé le maintien de prix artificiellement élevés au détriment *in fine* des consommateurs.

2015

Transport de COLIS

Deux grandes ententes entre les entreprises du secteur des messageries ont été sanctionnées à hauteur de 672,3 millions d'euros.

DÉCISION 15-D-19 DU 15 DÉCEMBRE 2015



Ce ne sont pas moins de 20 entreprises de messageries qui se sont concertées, entre 2004 et 2010, lors de réunions tenues dans le cadre d'une instance d'un syndicat professionnel (TLF), lequel a également été sanctionné.

Concrètement, ces concertations prenaient la forme de tours de table réguliers, organisés en amont et en aval des campagnes de revalorisation tarifaire, ce qui permettait aux cartellistes d'homogénéiser leurs demandes tarifaires et de sécuriser leurs négociations commerciales.

Parmi ces entreprises, on citera les 8 principaux membres de l'entente (Géodis, Chronopost/Exapaq, DHL, TNT, Mory, Dachser, Heppner et GLS), qui représentaient plus de 71% du marché. Difficile dans ces conditions pour les clients d'échapper aux effets de l'entente.

La quasi-totalité du tissu industriel français a été affecté. Ce sont les PME qui ont le plus souffert des pratiques puisqu'elles se sont vu appliquer directement les hausses tarifaires sans pouvoir les négocier, ce qui a ainsi impacté leur compétitivité. Les consommateurs en ont également subi les conséquences au travers de leurs achats en ligne.

2015

Produits laitiers

11 fabricants ont été sanctionnés pour entente sur le marché des produits vendus sous marques de distributeurs (MDD). Le montant total des amendes prononcées s'élève à 192,7 millions d'euros.

DÉCISION 15-D-03 DU 11 MARS 2015

Cette entente de grande ampleur concerne 90% du marché des produits laitiers vendus sous marque de distributeurs (yaourts, fromages blancs, desserts lactés, etc.) et a été révélée à l'Autorité par Yoplait, qui a obtenu une immunité d'amende dans le cadre de la procédure de clémence.

Le noyau dur de l'entente était constitué des 4 leaders du secteur (Yoplait, Novandie, Lactalis, Senoble). De nombreuses réunions avaient lieu dans des hôtels réservés à tour de rôle par les participants, et parfois au domicile privé de l'un d'entre eux. Les contacts téléphoniques étaient réguliers, notamment à partir de téléphones dédiés à l'entente.

Les concurrents se mettaient d'accord sur les hausses qu'ils voulaient annoncer aux distributeurs et sur les arguments pour les justifier. Des pactes de non-agression avaient également été conclus pour se répartir les volumes et geler les positions des uns et des autres, notamment en produisant des offres de couverture lors des appels d'offres lancés par la grande distribution.



2017

Revêtements de sols

Les 3 principaux fabricants de revêtements de sols en PVC et linoléum ont été sanctionnés à hauteur de 302 millions d'euros, notamment pour s'être entendus sur les prix et avoir gelé la concurrence en matière de communication sur les performances environnementales de leurs produits.

DÉCISION 17-D-20 DU 18 OCTOBRE 2017

L'enquête démarre en 2011, sur la base d'indices transmis par la DGCCRF. L'Autorité décide alors de procéder à des opérations de visite et saisie dans les locaux des 3 principaux fabricants (Gerflor, Forbo et Tarkett) ainsi que du syndicat du secteur, le SFEC.

Ces perquisitions ont permis de rassembler de nombreuses preuves de comportements anticoncurrentiels et deux des entreprises ont ensuite présenté une demande de clémence.

Durant 10 ans, les entreprises se rencontraient secrètement, 3 à 4 fois par an dans des hôtels. Elles s'entendaient notamment sur les prix, la gestion de la relation client, l'organisation commerciale ou encore les échantillons de nouveaux produits. Les directeurs généraux et commerciaux échangeaient par téléphone grâce à 9 lignes dédiées.

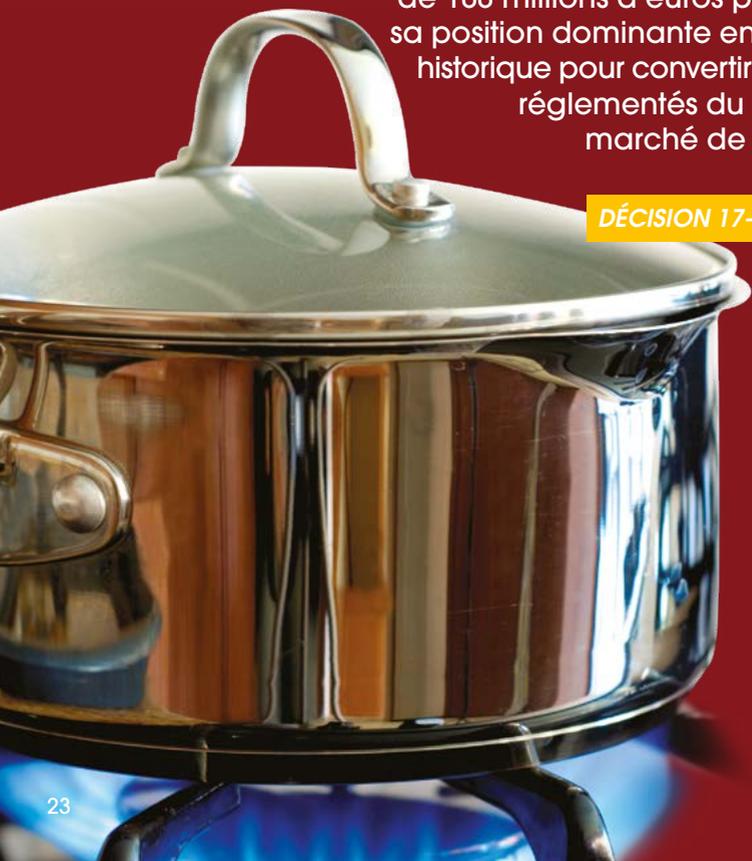
Les fabricants avaient enfin conclu un pacte de non-concurrence en vertu duquel ils s'interdisaient de communiquer sur les performances environnementales de leurs produits.

2017

Fourniture de gaz

L'Autorité a sanctionné Engie à hauteur de 100 millions d'euros pour avoir abusé de sa position dominante en utilisant son fichier historique pour convertir ses clients aux tarifs réglementés du gaz à des offres de marché de gaz et d'électricité.

DÉCISION 17-D-06 DU 21 MARS 2017



Lors de l'ouverture à la concurrence des marchés de détail du gaz et de l'électricité, Engie a utilisé l'ensemble des moyens résultant de son ancien monopole de fourniture de gaz et de son activité de service public de fourniture de gaz au tarif réglementé de vente (TRV) pour commercialiser auprès des consommateurs ses offres de marché de gaz et d'électricité.

Engie a également ponctuellement tenu un discours commercial trompeur, selon lequel la sécurité d'approvisionnement de ses offres de gaz aurait été supérieure à celle offerte par ses concurrents.

Ces pratiques ont été mises en oeuvre alors que le marché du gaz était en cours d'ouverture à la concurrence, soit à une période sensible au cours de laquelle les nouveaux entrants sont en phase de développement face à un opérateur historique dominant.

Ne contestant pas les faits, Engie a souhaité recourir à une procédure de transaction avec l'Autorité.

2018

Électro ménager

6 grands fabricants ont été sanctionnés à hauteur de 189 millions d'euros pour s'être entendus notamment sur les hausses des « prix de vente conseillés ».

DÉCISION 18-D-24 DU 5 DÉCEMBRE 2018



L' Autorité a sanctionné 6 grands fabricants commercialisant de nombreuses marques connues : BSH (Bosch, Siemens, Viva, Neff), Candy Hoover (Candy, Hoover, Rosières), Electrolux (Electrolux, Arthur Martin, AEG), Indesit (Indesit, Ariston, Scholtes), Whirlpool et Eberhardt Frères (distributeur de la marque Liebherr).

Réfrigérateurs, congélateurs, lave-linge, sèche-linge, lave-vaisselle, tables de cuisson, cuisinières ; tous les produits de base de l'équipement des ménages étaient concernés par ce cartel d'envergure.

Les fabricants se concertaient, lors de réunions secrètes, sur les hausses des « prix de vente conseillés » (prix que les fabricants « communiquent » à leurs distributeurs).

Cette entente a fortement impacté le secteur, compte tenu des parts de marché des participants (70 % en 2012). Elle a mécaniquement favorisé l'augmentation des prix d'achat facturés aux clients distributeurs et poussé à la hausse les prix payés par les consommateurs.

10 grands dossiers

Contrôle des concentrations

Gardiennne de la structure des marchés, l'Autorité veille à ce que les fusions et acquisitions d'entreprises n'entraînent pas la constitution de positions de marché réduisant excessivement la concurrence.

Cette mission capitale pour l'économie, l'Autorité l'exerce dans l'optique d'aider les entreprises à concrétiser leurs projets de croissance tout en préservant l'animation concurrentielle.

Pour cela, elle recherche en permanence un équilibre entre l'exigence d'une réponse effective aux problèmes de concurrence identifiés et l'adéquation aux conditions de marché, en plaçant la négociation de remèdes au cœur du processus.

2010

Rachat des chaînes TMC et NT1 par TF1

L'opération a été soumise à des conditions afin de permettre aux autres chaînes sur la TNT de continuer à animer la concurrence en matière d'offres de télévision gratuite.

DÉCISION 10-DCC-11 DU 26 JANVIER 2010

L' Autorité a estimé que ce rachat était de nature à renforcer la position du groupe TF1 sur les marchés des droits ainsi que sur celui de la publicité. C'est pourquoi, afin de remédier aux risques d'atteinte à la concurrence identifiés, TF1 a pris un ensemble d'engagements pour 5 ans.

Marché de l'acquisition des droits et audience

Les engagements de TF1 avaient pour objectif de faciliter la circulation des droits au bénéfice des chaînes concurrentes, afin d'éviter en particulier le gel de certains d'entre eux, et de limiter les possibilités de rediffusion des programmes à deux chaînes en clair du groupe TF1 au plus. A cet égard, TF1 s'est engagé à renoncer à toute forme de promotion croisée sur TF1 des programmes des chaînes acquises.

Marché de la publicité

Les engagements de TF1 visaient à maintenir l'indépendance des offres d'espaces publicitaires de TF1 et celles de TMC et NT1.

TF1 s'est engagé à ne pratiquer aucune forme de couplage et à commercialiser les espaces publicitaires des chaînes TMC et NT1 par le biais d'une régie séparée de celle de TF1.



2012

Canal Plus / TPS

Canal Plus / D8 & D17

Les acquisitions dans la télévision payante et gratuite de l'acteur dominant de la télévision payante ont fait l'objet d'une vigilance particulière de la part de l'Autorité. Des conditions ont été nécessaires pour autoriser ces opérations.

**DÉCISION 12-DCC-100 ET 12-DCC-101
DU 23 JUILLET 2012**

Considérant que le groupe Canal Plus n'avait pas respecté plusieurs engagements essentiels pris lors du rachat de TPS en 2006, l'Autorité a décidé en 2011 de retirer l'autorisation et de prononcer une sanction de 30 millions d'euros.

Notifiée à nouveau, l'opération a fait l'objet d'une analyse approfondie au regard du nouveau contexte de marché. Après avoir auditionné les acteurs du secteur, consulté les régulateurs sectoriels concernés et soumis à consultation publique les mesures envisagées, l'Autorité a autorisé l'opération en 2012 en imposant à Canal Plus plusieurs injonctions. Celles-ci concernaient les droits cinématographiques, les chaînes thématiques ainsi que la vidéo à la demande et à la demande par abonnement ; l'objectif étant de garantir un fonctionnement concurrentiel du marché de la télévision payante.

Lorsque le leader de la télévision payante a décidé d'entrer sur le marché de la télévision gratuite en achetant les chaînes D8 et D17, l'Autorité s'est également attachée à mettre en place des garde-fous afin d'éviter qu'il n'utilise sa puissance d'achat dans la télévision payante pour assécher les droits les plus attractifs, au détriment des chaînes gratuites.

2013

Rachat de Monoprix par Casino

L'opération a été autorisée à la condition que Casino revende 55 magasins à Paris et 3 dans le Var et en Corse afin de préserver la diversité des enseignes.

DÉCISION 13-DCC-90 DU 11 JUILLET 2013

À la suite d'un examen minutieux, zone de chalandise par zone de chalandise, l'Autorité a considéré que l'opération était susceptible de poser des problèmes de concurrence sur certaines d'entre elles. En réponse, Casino a proposé de céder, à des enseignes concurrentes et dans un délai limité, 55 magasins à Paris et 3 en province. Les magasins concernés étaient des Franprix, Monop', Casino, Leader Price, Petit Casino, Casino Shopping et Spar. Pendant 10 ans, Casino ne pourra pas acquérir une influence directe ou indirecte sur les actifs cédés.

A Paris, l'Autorité a pris en compte dans son analyse la spécificité des marchés de la distribution alimentaire et des comportements des Parisiens. Elle a relevé que le marché était très concentré et que l'opération allait encore renforcer la part de marché déjà significative détenue par Casino.

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

2014

Rachat de SFR par Numericable

L'opération a été autorisée mais a été conditionnée à des engagements afin de préserver l'animation concurrentielle au profit des entreprises et des particuliers.

DÉCISION 14-DCC-160 DU 30 OCTOBRE 2014

Avec l'acquisition de SFR, Numericable, leader dans le secteur de l'accès à Internet haut débit, devenait un opérateur de premier plan dans le secteur des télécoms. Il est, dès lors, apparu nécessaire d'encadrer cette acquisition pour préserver l'animation concurrentielle.

Numericable s'est engagé à :

- ouvrir son réseau câblé aux opérateurs concurrents (c'est la première fois qu'une autorité de concurrence en Europe ouvrait ainsi l'accès au câble) ;
- céder le réseau cuivre de Completel (opérateur à destination des professionnels) à un acteur capable d'animer la concurrence sur le marché ;
- céder les activités de téléphonie mobile d'Outre-mer Telecom à La Réunion et à Mayotte ;
- ne communiquer à Vivendi aucune information commerciale stratégique.



2014

Rachat de Nocibé par Douglas

L'opération a été autorisée à la condition que Douglas se sépare de 38 points de vente, afin de garantir aux consommateurs le maintien d'une offre concurrentielle et diversifiée pour leurs achats de parfums et cosmétiques de luxe.

DÉCISION 14-DCC-71 DU 4 JUIN 2014

Après un examen détaillé et une large consultation des opérateurs du secteur (les fournisseurs, Sephora, Marionnaud...), l'Autorité a écarté les problèmes de concurrence sur les marchés amont de l'approvisionnement mais a constaté que l'opération risquait de donner des positions trop fortes à l'acquéreur dans 32 zones de chalandise.

Dans ces zones, les points de vente des parties cumulaient en effet de fortes parts de marché, sans que les concurrents présents puissent exercer une pression concurrentielle suffisante pour contraindre le comportement de la nouvelle entité, notamment en termes de prix.

Les remèdes mis en place (cessions de points de vente et résiliation de franchises au bénéfice d'une enseigne concurrente) permettront le maintien d'une situation concurrentielle équilibrée en limitant la position de Douglas à un niveau inférieur à 50 % de parts de marché ou en supprimant l'addition de parts de marché engendrée par l'acquisition de Nocibé.

2015

Rachat de Quick par Burger King



Le feu vert a été subordonné à des conditions en ce qui concerne la ville d'Ajaccio afin de permettre le maintien d'une situation concurrentielle diversifiée en matière de fast food.

DÉCISION 15-DCC-170 DU 10 DÉCEMBRE 2015

Après un examen détaillé, l'Autorité a constaté que, sur la quasi-totalité du territoire, l'opération ne portait pas atteinte à la concurrence, compte tenu de la présence d'un nombre suffisant de concurrents partout où l'opération entraînait des chevauchements d'activités.

L'exception à ce constat est la zone d'Ajaccio, en Corse, où l'opération risquait de créer un quasi-monopole.

Le marché corse se caractérise en effet par une offre faible de restauration rapide à l'anglo-saxonne. Aucun établissement des enseignes Mc Donald's, KFC ou Subway n'est présent sur ce territoire. L'entrée récente de Burger King sur le marché ajaccien avait permis de stimuler la concurrence dans une zone jusqu'alors largement dominée par Quick. L'opération, en fusionnant les réseaux Quick et Burger King, risquait donc de rétablir une situation quasi-monopolistique à Ajaccio.

Pour prévenir les atteintes à la concurrence, Burger King s'est engagé à mettre un terme au contrat de franchise liant l'exploitant du restaurant Quick d'Ajaccio.

Ce dernier pourra ainsi rejoindre une enseigne concurrente et animer la concurrence.



2016

Jumping

Numericable / SFR Numericable / VirginMobile

Pour la première fois en France et en Europe, la réalisation anticipée de deux opérations de concentration (avant l'autorisation de l'Autorité de concurrence) a été sanctionnée, et ce à hauteur de 80 millions d'euros.

DÉCISION 16-D-24 DU 8 NOVEMBRE 2016

Les documents saisis lors des opérations de visite et saisie dans les entreprises concernées ainsi que l'instruction ont permis d'établir qu'assez rapidement après la notification des opérations de rachat de SFR et de VirginMobile en 2014, les entreprises ont commencé à se comporter comme si les acquisitions avaient déjà eu lieu.

Altice a exercé une influence déterminante sur ces cibles et a accédé à de nombreuses informations stratégiques avant d'obtenir le feu vert de l'Autorité.

Tant que l'autorisation de l'Autorité n'a pas été délivrée, les parties à l'opération doivent se comporter comme des concurrents et s'abstenir d'agir comme une entité unique.

L'Autorité a prononcé une sanction inédite et conséquente qui tient notamment compte de l'importance des opérations concernées par l'infraction, de l'ampleur et du cumul de comportements reprochés.

Au-delà du cas d'espèce, un message fort a été adressé aux entreprises réalisant des opérations de fusion-acquisition qui devront, à l'avenir, se montrer vigilantes et prévenir ce type de risques.



2016

Rachat de Darty par la Fnac

Le rachat de Darty par la Fnac a été autorisé en contrepartie de cessions de magasins afin de maintenir une offre diversifiée ainsi que des prix et services compétitifs aux consommateurs.

DÉCISION 16-DCC-111 DU 27 JUILLET 2016

L'examen de cette opération a été l'occasion pour l'Autorité de faire évoluer son appréciation des marchés : elle a considéré, que pour apprécier les positions des acteurs de la distribution au détail de produits bruns (téléviseurs, appareils photo, produits audio) et gris (tablettes, ordinateurs, smartphones...), il fallait désormais intégrer aux ventes réalisées en magasins celles effectuées sur Internet (qui représentent 20 à 30% des ventes totales de ces produits).

Malgré des parts de marché parfois élevées, l'Autorité a constaté que la nouvelle entité resterait confrontée à une pression concurrentielle suffisante en province : offre des *pure players* tels qu'Amazon ou Cdiscount, présence de grandes surfaces spécialisées telles que Boulanger, et des grandes surfaces alimentaires qui ont d'importants rayons électroménagers.

En revanche, à Paris et dans le sud-ouest de la région parisienne, il existait un risque important d'atteinte à la concurrence locale. Afin d'y remédier, le groupe Fnac s'est engagé à céder 6 magasins dans ces zones.

2017

Rachat de Bricorama par Bricomarché

L'opération a été autorisée à la condition que 6 points de vente passent sous une enseigne concurrente afin de garantir aux consommateurs une offre de produits diversifiée en matière de bricolage et de jardinage et éviter qu'ils ne subissent une augmentation des prix.

DÉCISION 17-DCC-215 DU 18 DÉCEMBRE 2017

Si l'opération ne soulevait pas de problème de concurrence sur le marché de l'approvisionnement auprès des fournisseurs, compte tenu de la part de marché limitée de la nouvelle entité au niveau national, l'Autorité a, en revanche, estimé qu'elle créait des doutes sérieux d'atteinte à la concurrence dans plusieurs zones de chalandise locales.

Dans ces zones, la nouvelle entité aurait détenue des parts de marché très importantes et les consommateurs auraient été privés d'une offre alternative susceptible d'exercer une pression concurrentielle suffisante, ce qui potentiellement aurait pu favoriser une augmentation des prix.

Afin de remédier à ces préoccupations, ITM équipement de la maison (Bricomarché) s'est engagée à céder à un concurrent 5 points de vente Bricorama et à résilier un contrat de franchise Bricorama, en favorisant la conclusion d'un nouveau contrat de franchise par un réseau concurrent.





2018

Rachat de Logic-Immo .com par SeLoger .com

A l'issue d'un examen approfondi, l'Autorité a autorisé l'opération sans conditions. Elle se prononçait pour la première fois sur le rapprochement de plateformes en ligne.

DÉCISION 18-DCC-18 DU 1^{ER} FÉVRIER 2018

À l'occasion de son premier examen approfondi d'une opération de concentration impliquant deux plateformes numériques, l'Autorité a développé une approche innovante, prenant en compte notamment les effets de réseau croisés et l'importance des données.

Face au rapprochement de deux des principaux opérateurs du marché français des petites annonces immobilières en ligne, l'Autorité a décidé d'ouvrir une phase d'examen approfondi pour apprécier, notamment, la capacité des concurrents actuels, tel que Le Bon Coin, et potentiels, tel que Facebook, à animer la concurrence.

L'analyse de l'Autorité s'est appuyée sur une large consultation de l'ensemble des professionnels du secteur, de nombreux documents internes des parties et, de façon novatrice, sur les résultats d'un questionnaire en ligne envoyé auprès de plus de 30 000 agences immobilières.

A l'issue de son examen, l'Autorité a autorisé l'opération considérant que, si elle renforçait certes la part de marché de SeLoger, elle ne portait pas significativement atteinte à la concurrence.

10 grands dossiers

Mission consultative

Grâce à ses avis, l'Autorité contribue à faire bouger les lignes. Ses constats et préconisations nourrissent en effet fréquemment le débat public et éclairent les acteurs économiques.

Depuis la réforme de 2009, elle peut mener de sa propre initiative des enquêtes sectorielles. Depuis lors, elle s'est saisie de sujets à forts enjeux (grande distribution, réparation automobile, autocars, médicaments, audioprothèses, publicité en ligne) et ses recommandations ont, dans certains cas, directement débouché sur des réformes.

2010

Grande distribution alimentaire



Face au niveau préoccupant de concentration dans certaines zones de chalandise et devant la difficulté de créer de nouveaux magasins, l'Autorité a formulé des préconisations pour redynamiser la concurrence et favoriser notamment la mobilité inter-enseignes.

AVIS 10-A-26 DU 7 DÉCEMBRE 2010

À l'issue de son enquête sectorielle, l'Autorité a constaté l'existence de pratiques de gel du foncier commercial, ainsi que de grandes difficultés, pour les magasins indépendants, à changer d'enseignes.

Les groupes de distribution introduisent très fréquemment dans les contrats de vente et d'achat des terrains des clauses de non-concurrence et des droits de priorité pouvant aller jusqu'à 50 ans. Toute nouvelle implantation est donc très difficile.

Pour pénétrer une zone où il est absent, un opérateur n'a donc d'autre choix que d'attirer dans son réseau des magasins indépendants déjà affiliés sous une enseigne concurrente. Mais là encore, les obstacles sont nombreux en raison de clauses verrouillantes dans les contrats (durée d'engagement très longue, clause de non-réaffiliation, superposition des dates d'échéances, droits de sortie, etc.).

L'Autorité a préconisé de nombreuses mesures visant à lutter contre le gel des terrains et faciliter la mobilité inter-enseignes.

2012

Réparation auto mobile

Constatant une forte augmentation des prix de l'entretien et de la réparation automobile, l'Autorité a décidé d'agir en formulant des recommandations visant à dynamiser la concurrence pour faire baisser les prix.

AVIS 12-A-21 DU 8 OCTOBRE 2012

Au terme d'une consultation publique de l'ensemble des parties prenantes (constructeurs, équipementiers, organisations professionnelles, associations de consommateurs...), l'Autorité a émis plusieurs recommandations.

La principale d'entre elles vise à ouvrir de manière progressive et maîtrisée le marché des pièces de rechange visibles (ailes, capots, pare-brise ...) dont le monopole de distribution est pour l'instant détenu par les constructeurs. Une réforme de ce type permettrait à la France de s'aligner sur la situation prévalant déjà en droit, dans de nombreux pays de l'Union européenne (dont Italie, Espagne, Pays-Bas) et en fait, aux États-Unis et en Allemagne (pays dans lesquels on constate des prix bien inférieurs).

L'Autorité a estimé que cette ouverture progressive pourrait à terme se traduire pour les consommateurs par une baisse substantielle des prix (de l'ordre de 6 à 15% en moyenne) des pièces concernées.



2012

Commerce en ligne

Constatant le fort développement du commerce électronique, l'Autorité a décidé d'analyser en profondeur le fonctionnement concurrentiel de ce canal de distribution devenu incontournable pour les Français.

AVIS 12-A-20 DU 18 SEPTEMBRE 2012



À l'occasion de son enquête sectorielle, l'Autorité a relevé qu'il était de plus en plus fréquent que les fabricants exigent de leurs revendeurs en ligne le respect d'un certain nombre de conditions pour être acceptés dans leur réseau de distribution sélective. Elle a également constaté que les opérateurs fortement présents sur Internet pouvaient se voir proposer de la part des fabricants des conditions d'approvisionnement moins avantageuses que celles octroyées aux enseignes traditionnelles. Face à ce constat, l'Autorité a rappelé les limites à ne pas franchir.

Les conditions posées par les fabricants pour la vente sur Internet de leurs produits ne doivent pas freiner le développement des ventes en ligne de manière injustifiée.

Les fabricants sont libres de pratiquer des conditions commerciales et tarifaires différenciées auprès des distributeurs en ligne et des distributeurs traditionnels à condition qu'elles n'empêchent pas les premiers d'exercer une pression concurrentielle suffisante sur ces derniers.



2013

Médicaments

Constatant l'importance du secteur de la santé dans l'économie nationale et sensible aux expériences développées chez certains de nos pays voisins, l'Autorité a formulé des propositions visant à animer la concurrence sur l'ensemble de la chaîne de valeur du médicament pour redonner plus de pouvoir d'achat aux Français.

AVIS 13-A-24 DU 19 DÉCEMBRE 2013

À l'issue de son enquête sectorielle, l'Autorité a publié un 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 dans un secteur d'activité fortement régulé.

L'Autorité est favorable à l'instillation de 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.

Constatant des différences de prix de 1 à 4 sur les médicaments non remboursables, l'Autorité s'est notamment prononcée en faveur d'une vente encadrée de ceux-ci en parapharmacie ou dans les corners des grandes surfaces. Elle est en effet convaincue, notamment au regard d'exemples étrangers, que ces formes de commerce qui permettent des négociations plus importantes avec les fournisseurs, pourront offrir des avantages aux consommateurs en termes de services ou de prix.



2013

Réforme ferroviaire

Dans le cadre de la préparation à l'ouverture à la concurrence du transport national de voyageurs, l'Autorité a formulé des recommandations au Gouvernement afin que la logique d'intégration industrielle qui sous-tend la création d'un nouveau groupe public ferroviaire s'accompagne de garanties fortes.

AVIS 13-A-14 DU 4 OCTOBRE 2013

Saisie par le Gouvernement sur son projet de loi visant à réformer la gouvernance de la gestion des infrastructures ferroviaires, l'Autorité a rendu un avis très détaillé dans lequel elle formulait une douzaine de recommandations.

La réforme prévoyait la constitution d'un groupe public ferroviaire, composé de deux EPIC distincts (« SNCF Réseau » et « SNCF Mobilités ») sous le chapeau d'un EPIC de tête nommé « SNCF ».

Cette nouvelle organisation envisagée par le Gouvernement, proche d'un groupe verticalement intégré, avait appelé de la part de l'Autorité un certain nombre d'observations. Elle avait en particulier souligné la nécessité que cette réforme s'accompagne de garanties :

- sur l'indépendance du gestionnaire d'infrastructures vis-à-vis de l'opérateur historique SNCF ;
- sur le principe de neutralité de gouvernance de l'EPIC de tête (qui doit passer par l'absence totale de fonctions opérationnelles) ;
- sur l'égalité d'accès des concurrents non seulement au réseau ferré mais aussi aux gares de voyageurs.

L'Autorité avait par ailleurs appelé de ses vœux un renforcement de la régulation sectorielle, et en particulier des pouvoirs de l'ARAFER.



2014

Auto cars

Dans le sillage des propositions avancées par l'Autorité, le législateur a libéralisé le secteur de l'autocar, avec de multiples effets bénéfiques à la clé pour les Français et l'économie (prix attractifs, meilleure desserte du territoire, création d'emplois directs et indirects).

AVIS 14-A-05 DU 27 FÉVRIER 2014

Constatant que ce mode de transport était anormalement sous-développé en France, l'Autorité s'est saisie du sujet et a rendu un avis en 2014 à l'issue d'une enquête sectorielle de grande ampleur.

Après avoir posé le diagnostic d'une réglementation malthusienne et d'une demande non satisfaite, elle a préconisé d'ouvrir franchement le marché en assouplissant le cadre en vigueur afin de faire bénéficier les consommateurs de ce mode de transport pratique et économique.

Ces préconisations ont été reprises par le législateur dans la loi pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques, qui a organisé l'ouverture à la concurrence.

Les premiers bilans de la mise en oeuvre de la libéralisation ont confirmé les prévisions de l'Autorité : l'ouverture a donné lieu à une hausse du trafic, des prix plus attractifs, des créations d'emplois et une meilleure couverture du territoire.

2015

Professions juridiques réglementées

Saisie par le ministre de l'Économie, l'Autorité a formulé 80 propositions pour moderniser les professions réglementées du droit. Son avis a très largement inspiré la réforme de 2015, laquelle est sans équivalent dans le monde. Dans ce nouveau cadre, l'Autorité s'est vu confier de nouvelles compétences.

*AVIS 15-A-02 DU 9 JANVIER 2015,
16-A-13 DU 9 JUIN 2016
ET 18-A-08 DU 31 JUILLET 2018*

La loi du 6 août 2015 pour la croissance, l'activité et l'égalité des chances économiques a confié à l'Autorité de nouvelles missions : faire des propositions, tous les 2 ans, au Gouvernement sur l'évolution des tarifs et sur l'installation de nouveaux professionnels (notaires, huissiers de justice, commissaires-priseurs, mandataires de justice, etc.)

Une première série d'avis a été rendus par l'Autorité pour la période 2016-2018 et l'exercice se poursuit pour la période 2018-2020.

En ce qui concerne les notaires, l'Autorité a proposé au gouvernement une carte avec des zones vertes (dites libres) et orange (contrôlées). Près de 1650 professionnels ont ainsi pu s'installer sur la première période (Avis 16-A-13) et un peu plus de 700 vont pouvoir le faire sur la période 2018-2020 (Avis 18-A-08). La réforme a ainsi favorisé l'installation des jeunes générations ainsi que la féminisation de la profession, amélioré le maillage territorial et créé davantage d'émulation concurrentielle, dans le respect de la viabilité économique des offices existants.



A close-up photograph of a person's ear with a hearing aid. The person has long, straight brown hair. The background is a solid blue color.

2016

Audio prothèses

En France 1 million de malentendants appareillables ne sont pas équipés, principalement pour des raisons financières. Face à ce constat saisissant, l'Autorité a décidé de proposer des pistes aux pouvoirs publics pour y remédier, lesquelles ont reçu un écho favorable.

AVIS 16-A-24 DU 14 DÉCEMBRE 2016

À l'issue d'une grande enquête sectorielle, l'Autorité a formulé des propositions afin d'améliorer le fonctionnement concurrentiel du marché tout en garantissant le maintien de la qualité des soins.

L'Autorité avait préconisé, d'une part, de découpler la vente de l'appareil auditif et les prestations de suivi, et d'autre part, de desserrer le *numerus clausus* à l'entrée de la profession d'audioprothésiste.

Le diagnostic posé par l'Autorité a suscité une prise de conscience et ses recommandations ont reçu un fort écho dans l'opinion et auprès des responsables politiques.

Le *numerus clausus* a depuis été relevé de 22% et un arrêté impose désormais davantage de transparence dans l'établissement des devis afin que le patient puisse clairement distinguer le prix de chaque produit et prestation.



2016

Permis de conduire

Saisie par le Gouvernement, l'Autorité s'est félicitée des différentes réformes envisagées, qui vont dans le sens d'une plus grande efficacité économique mais a attiré son attention sur la nécessité d'assurer une meilleure égalité des chances entre candidats à l'examen et dans la concurrence entre écoles de conduite.

AVIS 16-A-07 DU 26 FÉVRIER 2016

Le système français du permis de conduire se caractérise par des délais très longs pour pouvoir obtenir une place à l'examen (72 jours fin 2015 contre 45 jours en moyenne en Europe). Ces délais renchérissent le coût global du permis de conduire et retardent l'accès au marché du travail dans de nombreux cas.

Se penchant sur la méthode d'attribution des places entre auto-écoles, l'Autorité a préconisé que le nombre de places attribuées ne repose plus sur l'activité passée de chaque auto-école (ce qui fige la dynamique du marché et empêche de nouveaux modèles économiques de se développer). Elle a par ailleurs insisté sur la nécessité que les préfetures garantissent le même délai d'attente aux candidats libres et s'est déclarée favorable, à moyen terme, à la mise en place d'un système d'inscription individuelle directe des candidats.

Au travers de deux autres avis, elle s'est prononcée en faveur de l'externalisation de l'organisation de l'examen de l'épreuve théorique (Avis 16-A-04 du 3 février 2016) et en faveur du plafonnement des frais d'accompagnement du candidat aux épreuves afin de mettre un terme aux excès constatés dans le passé (Avis 15-A-15 du 21 octobre 2015).

2018

Publicité en ligne

Dans une démarche permanente d'anticipation des évolutions du marché, l'Autorité a mené une enquête sectorielle sur la publicité en ligne visant à identifier les nouvelles problématiques, comprendre les nouveaux écosystèmes et cerner les enjeux émergents.

AVIS 18-A-03 DU 6 MARS 2018

La publicité sur Internet est devenue en France, le 1^{er} média publicitaire devant la télévision. Après une première enquête en 2010 sur la publicité « search », l'Autorité a décidé de s'intéresser en 2018 à la publicité dite « display » (pavés, bannières, habillages qui sont intégrés au contenu d'un site).

L'étude a permis de décrire et décrypter de façon exhaustive le fonctionnement de ce nouveau marché dont l'une des caractéristiques est la complexité des processus à l'œuvre.

Dans le cadre de l'instruction, de nombreux acteurs ont par ailleurs décrit un ensemble de situations et pratiques qui pourraient potentiellement avoir un effet sur le jeu concurrentiel : stratégies de couplage ou de vente liée, de prix bas et d'exclusivité ; utilisation par effets de levier de positions prépondérantes sur certains marchés de services pour se développer sur d'autres ; traitement discriminatoire de certains acteurs ; freins à l'interopérabilité, etc.

Dans le prolongement de cette enquête, le rapporteur général a ouvert des enquêtes pré-contentieuses dans le secteur.

Le présent document a pour seule vocation
d'informer le public des activités
de l'Autorité de la concurrence.
Il ne saurait engager l'institution
à quelque titre que ce soit.

Certaines décisions ont fait l'objet
de recours et de pourvois.
Pour plus de précisions, consulter le site Internet
de l'Autorité de la concurrence.

Rédaction : Service communication de l'Autorité de la concurrence

Conception & réalisation : GL Associés

Crédits photos : Fotolia, Gettyimages

Achévé d'imprimer en mars 2019