

# Terminale ES

# Economie Approfondie

- C. Rodrigues -

## Deuxième partie

Stratégies d'entreprises et politiques de concurrence dans une économie globalisée

## Chapitre 4

Quel est le rôle de la politique de la concurrence ?

# Problématique du chapitre

1. Pourquoi une politique de la concurrence est-elle nécessaire ?
2. Comment la politique de la concurrence s'est-elle organisée dans les pays développés ?
3. Contre quels types de situation cherchent-elles à lutter ? Autrement dit, quels sont les objectifs poursuivis par une politique de la concurrence ?
4. En quoi la mise place d'une politique de la concurrence au sein de l'Europe peut-elle être en désaccord avec la production de services publics et la mise en œuvre d'une politique industrielle d'un pays membre de l'UE ?

# Introduction

Qu'est ce qu'une politique de la concurrence ?

# Pourquoi une politique de la concurrence ?

- « Colgate-Palmolive, Unilever ou encore L'Oréal ont été condamnées à une amende cumulée de 950 millions d'euros par l'Autorité française de la concurrence pour s'être concertées sur les hausses de prix ».
- [www.liberation.fr](http://www.liberation.fr) à partir des sources AFP, le 18 décembre 2014

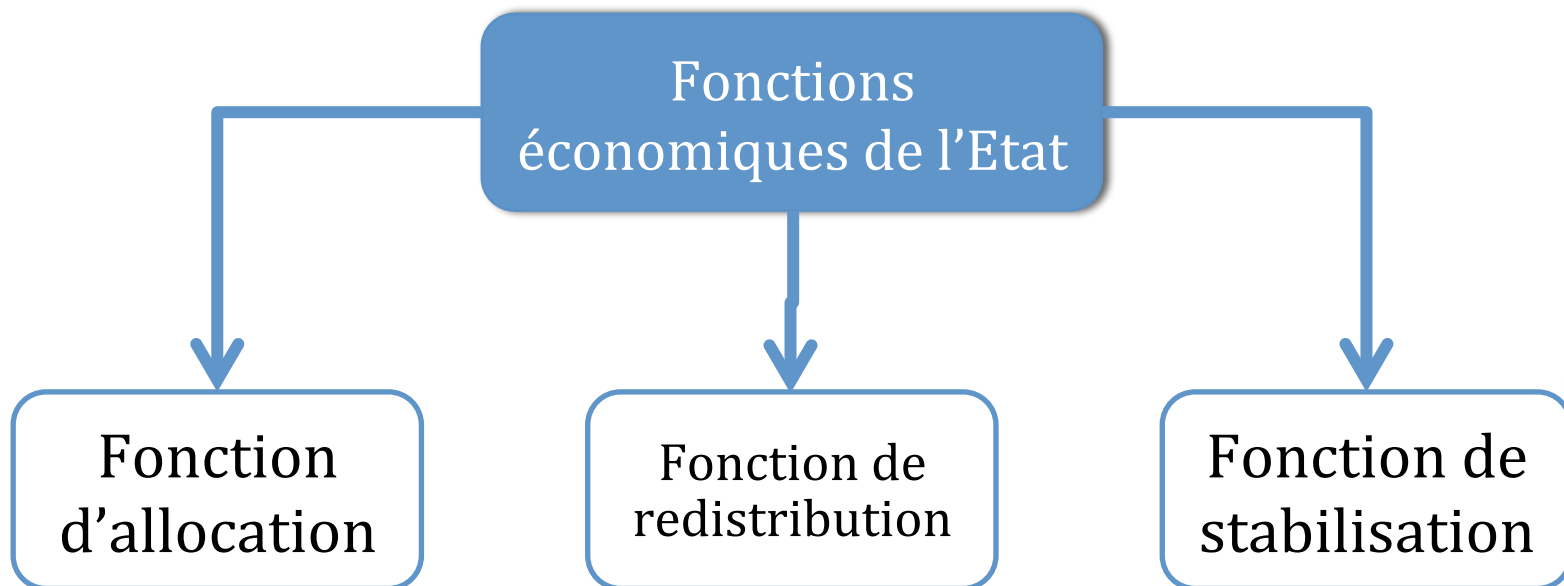
Colgate-Palmolive Company	
	<b>COLGATE-PALMOLIVE</b>
<b>Création</b>	1806
<b>Dates clés</b>	1928: Fusion de Colgate et Palmolive
<b>Fondateurs</b>	William Colgate
<b>Forme juridique</b>	Public
<b>Action</b>	NYSE : CL <a href="#">↗</a>
<b>Slogan</b>	World of Care / Le Monde du soin
<b>Siège social</b>	 New York, État de New York (États-Unis)
<b>Direction</b>	Ian M. Cook, CEO
<b>Actionnaires</b>	State street corporation (The)Vanguard Group, inc <sup>1</sup> .
<b>Activité</b>	Produits de grande consommation
<b>Effectif</b>	39 200 (2012)
<b>Site web</b>	<a href="http://www.colgate.com">www.colgate.com</a> <a href="#">↗</a>
<b>Chiffre d'affaires</b>	▲ \$12.950 milliards (2011) <sup>2</sup>
<b>Résultat net</b>	▲ \$2 milliards (2011)

# Pourquoi une politique de la concurrence ?

- Pourquoi la concurrence risque-t-elle de tuer la concurrence ?
- La libre concurrence ne signifie pas l'absence de règles : encadrement des relations entre les entreprises sur les marchés.
- **Objectifs :**
  - concurrence effective plutôt que formelle
  - Concurrence juste
  - Protection des intérêts des consommateurs dans les cas de présence de pouvoirs de marché
  - Sanction des comportements jugés illicites

# Pourquoi une politique de la concurrence ?

- Permettre au marché de rester concurrentiel : fonction économique de l'Etat (rappel de Première ES !)



# Définition !

## Fonction d'allocation des ressources de l'Etat

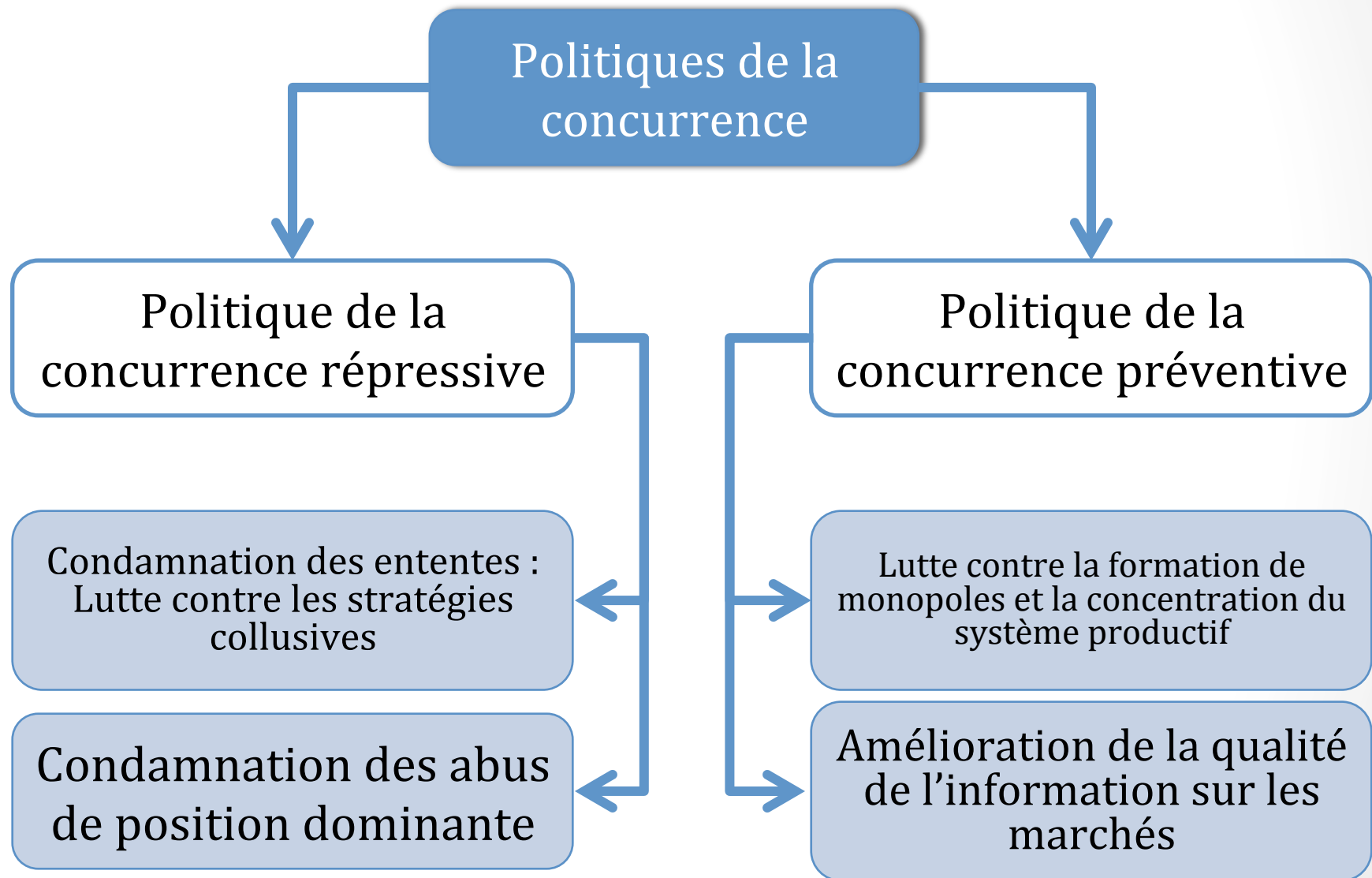
# Les différentes formes de la politique de la concurrence

- Le libre jeu des marchés conduit à une **affectation optimale des ressources** sous la stricte condition qu'ils fonctionnent de manière parfaitement concurrentielle (au sens des conditions de la concurrence pure et parfaite)
  - Les marchés observables sont caractérisés par des **imperfections de la concurrence** :
    - Sur les **marchés oligopolistiques** par exemple, les firmes leaders s'approprient un **pouvoir de marché** conduisant à des rentes élevées et à des pratiques de prix qui peuvent s'avérer préjudiciables au bien être collectif (ce qui est appelé un « abus de position dominante » dans le cadre de la politique de la concurrence)
- ➔ Dans ce cas, la libre concurrence conduit à ce que l'absence de régulation publique produise une situation sous optimale.

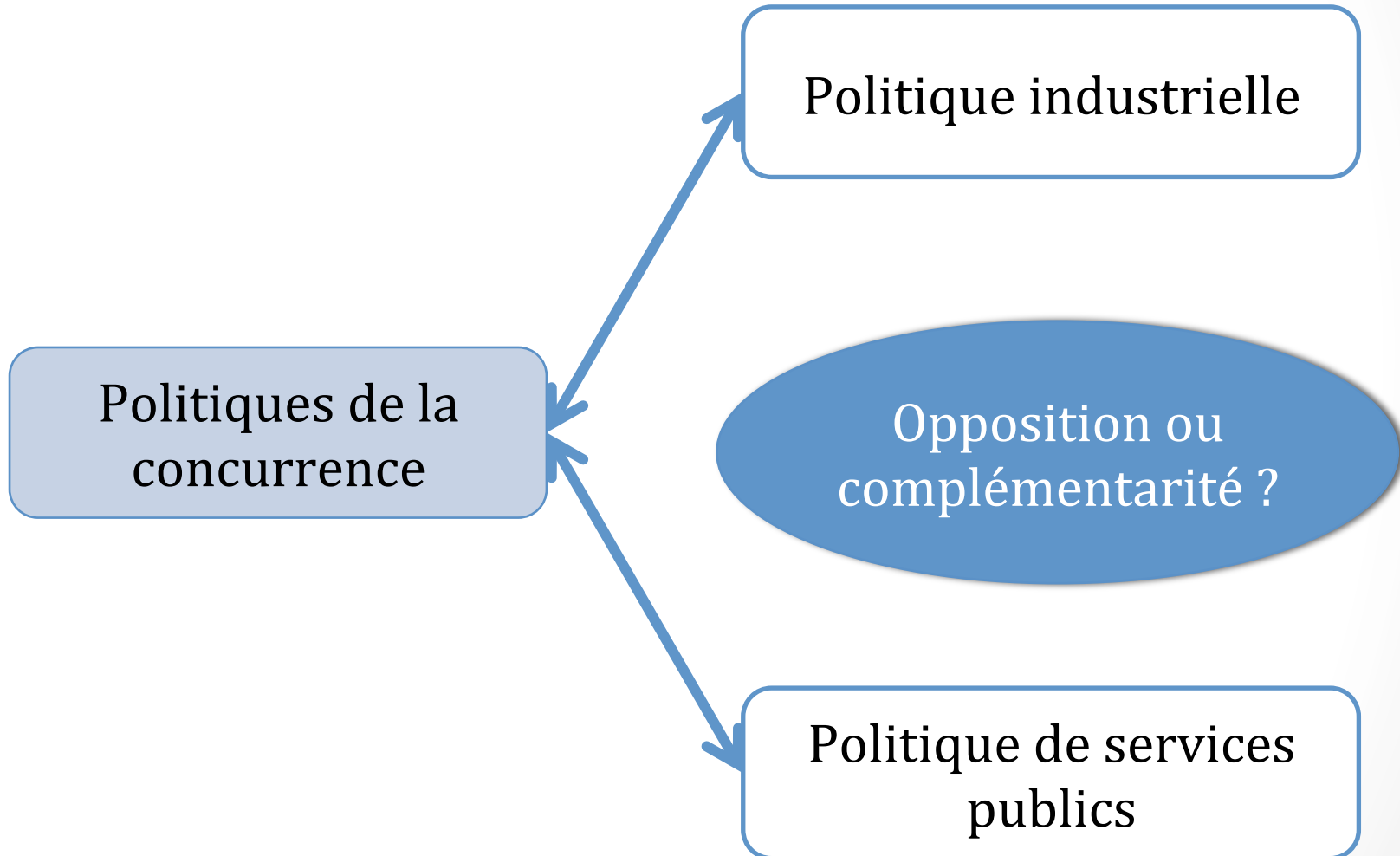
# Définition !

## Politique de la concurrence

# Les différentes formes de la politique de la concurrence



# Les politiques de la concurrence en débat



# 1. Quels sont les objectifs et les modalités d'une politique de la concurrence ?

## 1.1. La lutte contre les cartels et les ententes illicites

## Extrait du document 2

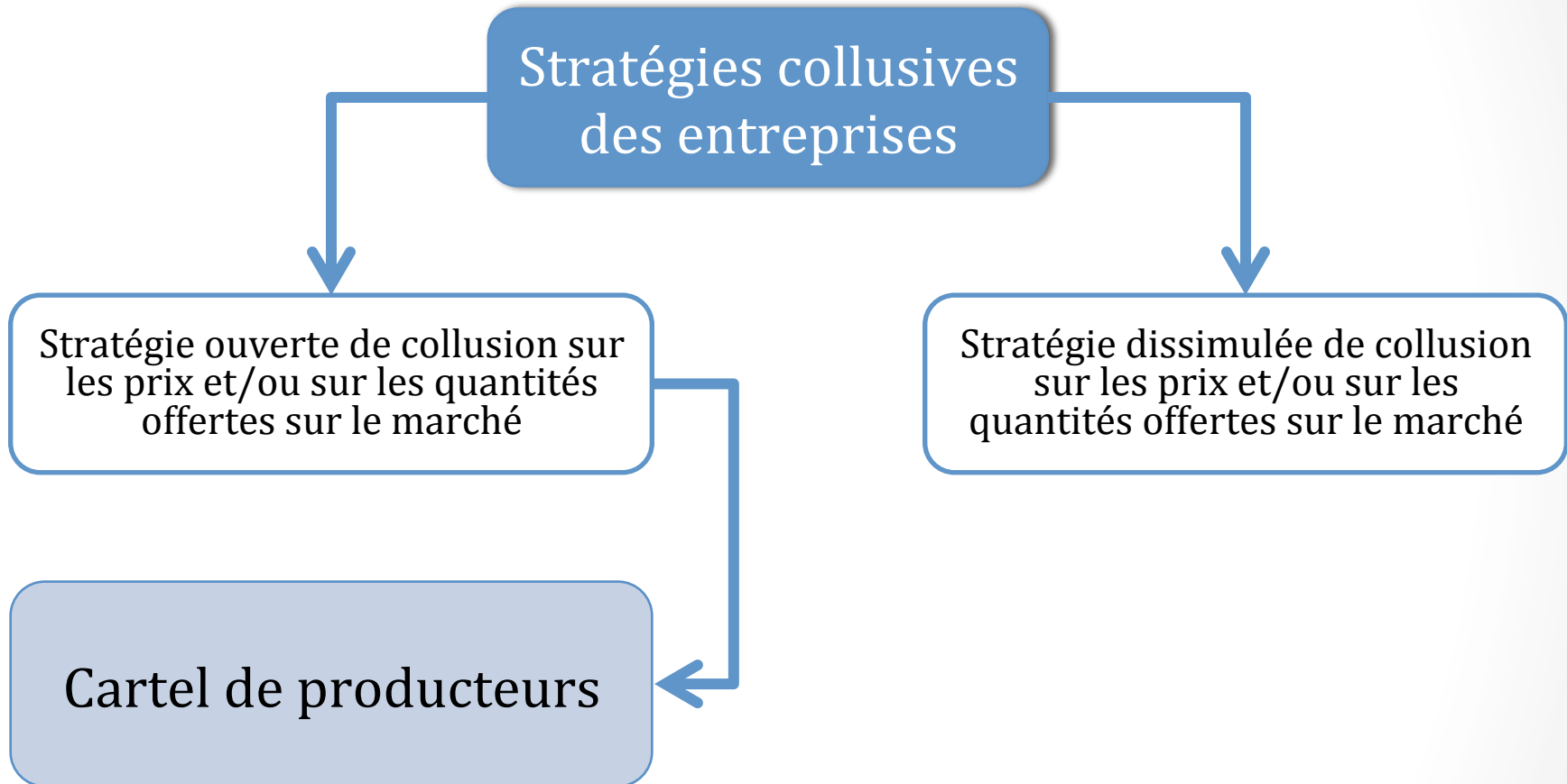
- Qu'est ce qu'un cartel ?
- *« Il s'agit d'un accord ou d'une concertation entre plusieurs entreprises dominant le marché sur le niveau des prix ou la quantité de la production par exemple. Si quelques entreprises dominantes s'accordent pour baisser les prix, afin d'attirer une clientèle plus nombreuse, elles risquent d'entraîner la disparition de plus petites entités, qui ne pourraient suivre cette politique de baisse des prix sans mettre en péril leur viabilité ».*

<http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/union-europeenne/approfondissements/politique-concurrence.html>

# Définition !

## Cartel de producteurs

# Les stratégies collusives



# Le cas du marché de l'hygiène en 2014 en Europe

- « Colgate-Palmolive, Unilever ou encore L'Oréal ont été condamnées à une amende cumulée de 950 millions d'euros par l'Autorité française de la concurrence pour s'être concertées sur les hausses de prix ».
- [www.liberation.fr](http://www.liberation.fr) à partir des sources AFP, le 18 décembre 2014

Colgate-Palmolive Company	
	<b>COLGATE-PALMOLIVE</b>
<b>Création</b>	1806
<b>Dates clés</b>	1928: Fusion de Colgate et Palmolive
<b>Fondateurs</b>	William Colgate
<b>Forme juridique</b>	Public
<b>Action</b>	NYSE : CL 
<b>Slogan</b>	World of Care / Le Monde du soin
<b>Siège social</b>	 New York, État de New York (États-Unis)
<b>Direction</b>	Ian M. Cook, CEO
<b>Actionnaires</b>	State street corporation (The)Vanguard Group, inc <sup>1</sup> .
<b>Activité</b>	Produits de grande consommation
<b>Effectif</b>	39 200 (2012)
<b>Site web</b>	<a href="http://www.colgate.com">www.colgate.com</a> 
<b>Chiffre d'affaires</b>	▲ \$12.950 milliards (2011) <sup>2</sup>
<b>Résultat net</b>	▲ \$2 milliards (2011)

# Le cas du marché de l'hygiène en 2014 en Europe

- Le marché de l'entretien tout comme celui de l'hygiène-beauté est un marché imparfaitement concurrentiel. Oligopole : quelques offreurs (4 principalement sur le marché de l'entretien et une dizaine sur le marché de l'hygiène-beauté) pour des millions de demandeurs.
- La **collusion** a consisté à opérer la même politique de tarification et d'approvisionnement auprès des entreprises de la grande distribution
- Objectif : hausse concertée des prix pour dégager une **rente de cartel**
- La concurrence sur ce marché durant cette période (années 2000) a été très limitée. Puisque du fait de leur ententes, les opérateurs disposaient d'un pouvoir de marché quasi-semblable à celui d'un monopoleur
- Les consommateurs sont les premières victimes de cette entente puisqu'ils ont souffert de prix plus élevés : **perte d'efficacité économique** du marché **et affaiblissement de la concurrence.**

# La lutte contre les cartels dans le cadre de l'Union européenne

- Les cas de non application de la sanction pour cause d'entente :
- « *Selon l'article 85 (actuel art. 101 TFUE), ce dispositif ne s'applique pas pour les ententes contribuant à l'amélioration de la production ou de la distribution, au progrès technique ou économique et à l'intérêt des consommateurs et qui n'éliminent pas la possibilité de la concurrence. Ces conditions sont cumulatives et doivent donc être réunies simultanément pour échapper au principe de l'interdiction* ».
- <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/union-europeenne/approfondissements/politique-concurrence.html>

# La lutte contre les cartels dans le cadre de l'Union européenne

- En Europe, la politique de la concurrence apparaît avec la construction communautaire à partir des années 1950
- **Traité de Rome** de 1957 (avec une consolidation lors du **Traité de Lisbonne** le 1<sup>er</sup> décembre 2009) : la politique de la concurrence relève de la compétence de la **Commission européenne**
- Ce sont ainsi les textes de l'Union européenne qui fixent les principes du droit de la concurrence en vigueur dans les pays membres.

# La lutte contre les cartels dans le cadre de l'Union européenne

Politique de la concurrence en Europe

Commission européenne : politique préventive de concurrence

Etats membres : politique répressive de concurrence

France : Autorité de la Concurrence (AdC)

Président : Bruno Lasserre (depuis 2004)

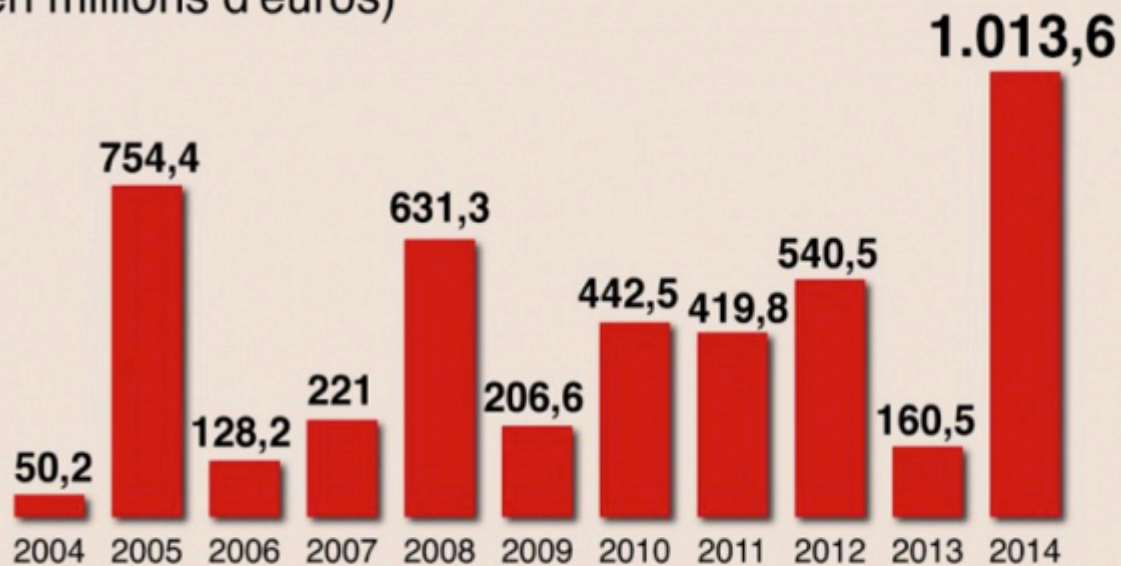


# Sanctionner et détecter les ententes

- **Procédure de sanction :**
  - Au regard de la faible probabilité de détection (15 %) et des gains importants engrangés par les cartellistes, les amendes infligées par l'AdC ont souvent été jugées insuffisantes mais leur montant a sensiblement augmenté depuis les années 2000

# Les Echos, 9 juillet 2015, article sur la publication du rapport d'activités de l'Autorité de la concurrence de 2014

Sanctions prononcées depuis l'arrivée de Bruno Lasserre  
(en millions d'euros)



Crédit photo : Hamilton/Rea. Source : Autorité de la Concurrence.



# Sanctionner et détecter les ententes

- Procédure de sanction
- Procédures de détection :
  - les preuves matérielles de la collusion sont souvent difficiles à apporter
  - les autorités publiques ont mis en place des **programmes de clémence** : les salariés d'entreprises qui dénoncent l'existence d'un cartel auquel elles participent peuvent bénéficier de l'immunité.
- Document 3 :
- « *Face à la difficulté de collecte des indices, les autorités de concurrence ont mis en place un instrument redoutable : les « programmes de clémence » (corporate leniency programs). Le principe en est simple : les sanctions pécuniaires vis-à-vis des firmes qui dénoncent l'existence d'un cartel auquel elles participent ou qui facilitent les investigations sont revues à la baisse, le cas limite étant l'impunité totale.* »

Emmanuel Combe, *La politique de la concurrence*, La Découverte, 2008.

# Sanctionner et détecter les ententes

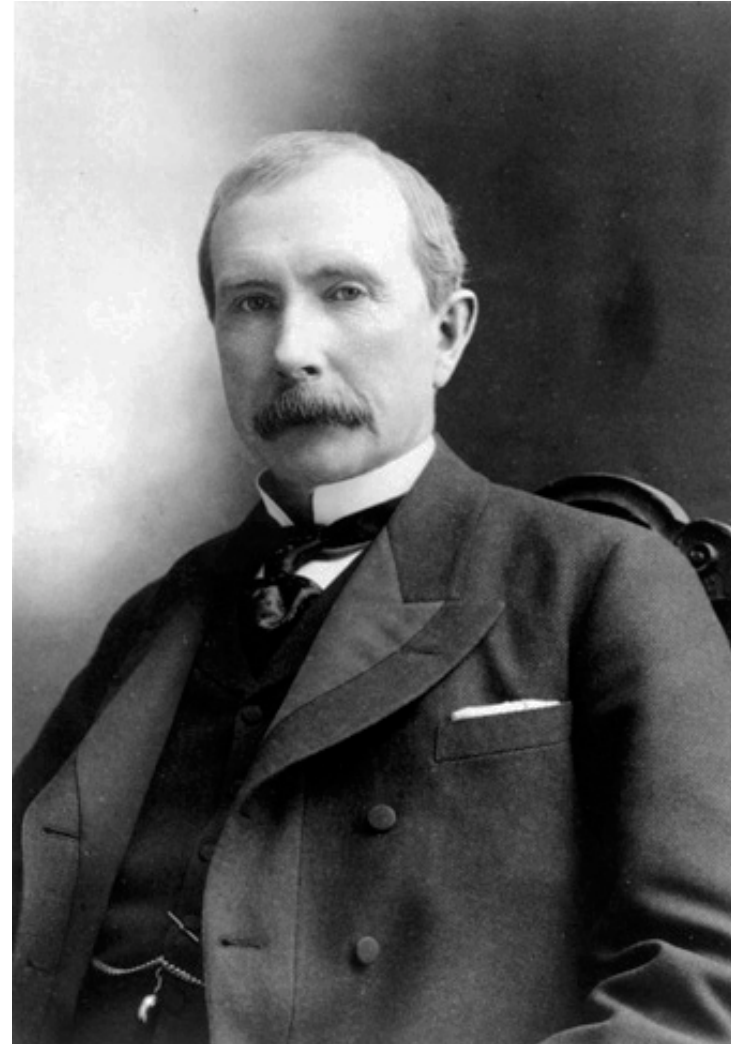
- Depuis 1996, la Commission européenne a décidé d'instituer un dispositif juridique innovant nommé « **procédure de clémence** » :
  - les firmes (par l'intermédiaire de leurs managers et cadres) qui dénoncent l'existence d'une pratique anticoncurrentielle à laquelle elles ont participé, peuvent bénéficier d'une immunité dans les poursuites (un dispositif analogue a été mis en place aux Etats-Unis dès 1978)
- Avant 1996 en Europe, 1,4 pratiques anti-concurrentielles étaient identifiées et condamnées par an en moyenne ;
- Depuis 1996 ce montant s'établit à 6,25 par an en moyenne !
- Les entreprises qui entreprennent une collusion ont un intérêt croissant à dénoncer l'entente au fur et à mesure que le temps passe ce qui, au final, désincite à participer à des stratégies collusives futures

# 1. Quels sont les objectifs et les modalités d'une politique de la concurrence ?

- 1.1. La lutte contre les cartels et les ententes illicites
- 1.2. La répression des abus de position dominante

# « L'empire » de Rockefeller

- en 1870, J.D. Rockefeller fonde la « *Standard Oil* » :
- En 10 ans, il met en place une stratégie de **concentration horizontale** particulièrement agressive jusqu'à maîtriser 90 % du raffinage aux Etats-Unis
- Complément : importante **concentration verticale** :
  - extension de l'activité de la firme vers l'amont par la production de pétrole brut ainsi que vers l'aval avec le rachat d'activités de transport, de commerce et de distribution



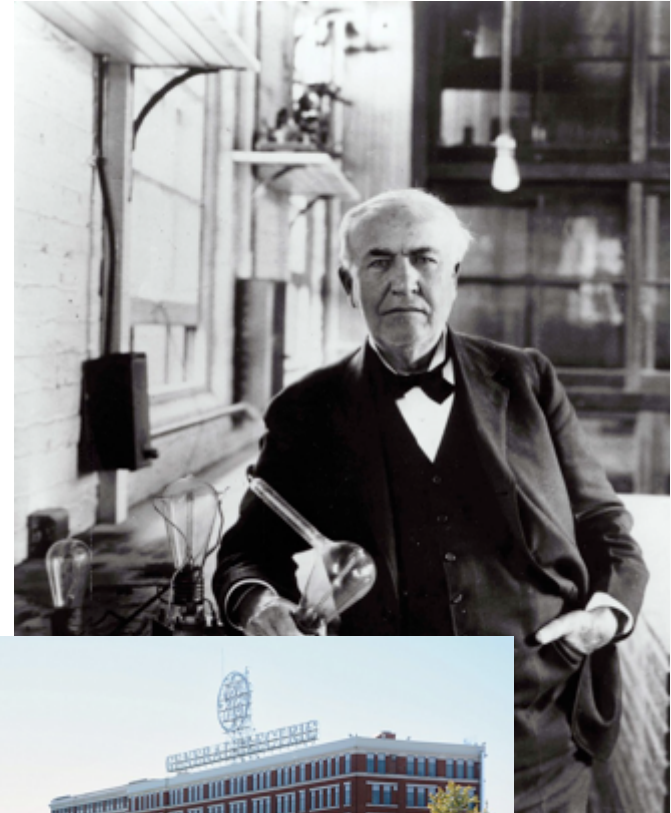
# « L'empire » de Rockefeller

- Accusé par les autorités et les médias de pratiques déloyales et de manipulation des prix, Rockefeller crée malgré tout un **trust** en 1882 puis une **holding** en 1899 : la *Standard oil company (SOC)*.
- La SOC dirige les 70 **entreprises-filiales** du groupe. Cette structure est finalement dissoute en 1911 après un long et médiatique procès
- Les Etats-Unis votent le ***Sherman antitrust Act*** en 1890 : interdiction des pratiques unilatérales de monopolisation des marchés ainsi que les ententes de prix pour les firmes d'une même branche.



# Thomas Edison et la *General Electric Company*

- Le *Sherman Act* est une loi qui interdit les cartels mais elle n'interdit pas les concentrations. Cette loi fédérale n'est donc pas suffisante pour empêcher les stratégies collusives entre firmes.
- En 1892, **Thomas Edison** fonde la « *General Electric Company* » - GEC – issue de la fusion entre la *Thomson-Houston Electric Company* et de l'*Edison General Electric Company*.
- Ce nouveau groupe parvient à établir un accord de partage du marché avec l'autre grande firme de la branche, Westinghouse.



# 1914 : le « Clayton act » et la « Federal Trade Commission »

- Vote du **Clayton Act** en 1914 : une loi de politique préventive de concurrence qui renforce la loi fédérale précédente :
  - Interdiction, pour une firme la possibilité de siéger dans les conseils d'administration des firmes concurrentes ou encore en interdiction de la concentration d'entreprise au delà d'un certain seuil.
- C'est également en 1914 qu'est créée la **Federal Trade Commission** – FTC -, l'autorité américaine de la concurrence chargée d'instruire les dossiers du point de vue de la puissance publique.



<https://www.ftc.gov/>

# De la position dominante à... l'abus de position dominante

- **Document 5 :**
- Il s'agit de contrôler la conduite d'une entreprise en situation dominante sur un marché donné. Le traité de Rome ne condamne pas en soi la position dominante (plus de 50 % des parts de marchés), mais seulement son abus. Est considéré comme abusif tout comportement unilatéral inéquitable pour les concurrents et nuisant à une situation de concurrence normale (actuel art. 82 TCE). **Si une entreprise dispose de 80% d'un marché et décide de baisser massivement ses prix, elle agit clairement de manière abusive et nuisible à la concurrence.**
- <http://www.vie-publique.fr/decouverte-institutions/union-europeenne/approfondissements/politique-concurrence.html>

# De la position dominante à... l'abus de position dominante

- Du fait de leur taille, de leur avance technologique ou de leurs parts de marché, certaines firmes peuvent acquérir une position dominante sur un marché
- La position dominante sur un marché est la possibilité pour la firme d'affecter de manière significative l'évolution de la concurrence sur ce marché et par conséquent d'en modifier le fonctionnement.
- La **position dominante** sur un marché est lié à l'usage d'un pouvoir de marché pour une firme, elle n'est pas illégitime par principe et découle même de la dynamique de la concurrence
- Les Autorités de la concurrence considèrent que c'est l'exploitation délibérée de cette situation dans le but de restreindre la concurrence qui transforme la position dominante d'une firme en « **abus de position dominante** »

# Définition !

## Abus de position dominante

# Quelques exemples d'abus de position dominante

- **Exemple 1 (APD et prix prédateurs) :**
- Une firme qui dispose de parts de marché importantes peut être incitée à pratiquer des prix de vente inférieurs à ceux qui maximiseraient son profit (**prix prédateurs**) :
  - Ces prix peuvent être inférieurs aux coûts de production mais ce n'est obligatoirement le cas
  - L'objectif est d'éliminer les concurrents pour lesquels les parts de marché sont déjà plus faibles afin de les faire « sortir » du marché et de se retrouver en situation de monopole

# Quelques exemples d'abus de position dominante

- **Exemple 2 (rétention d'information) :**
- En 1998, la Commission européenne a condamné la firme Microsoft pour avoir conduit délibérément une stratégie de rétention d'information relative aux caractéristiques techniques de son système d'exploitation informatique ce qui empêchait des firmes concurrentes de développer des logiciels compatibles avec le système Windows
- En 2004, Microsoft a fait l'objet d'une condamnation en Europe pour sa pratique de vente liée (le système d'exploitation Windows impliquait que l'on utilise obligatoirement un logiciel de lecture média de Microsoft : mediaplayer). La Commission européenne a ainsi infligé à Microsoft une amende de 497 millions d'euros pour avoir abusé de sa position dominante sur le marché des logiciels informatiques

# Quelques exemples d'abus de position dominante

- **Exemple 3 (vente liée) :**
- En 2004, Microsoft a fait l'objet d'une condamnation en Europe pour sa pratique de vente liée (le système d'exploitation Windows impliquait que l'on utilise obligatoirement un logiciel de lecture média de Microsoft : mediaplayer).
- La Commission européenne a ainsi infligé à Microsoft une amende de 497 millions d'euros pour avoir abusé de sa position dominante sur le marché des logiciels informatiques

# Quelques exemples d'abus de position dominante

- Une entreprise en position dominante peut aussi :
  1. refuser à ses concurrents l'accès à des ressources rares
  2. les dénigrer auprès de ses clients
  3. accorder à ceux-ci des remises de fidélité qui rendent prohibitif le coût d'un changement de fournisseur
    - carte Carrefour 😊 !!

# Le diagnostic d'une position dominante

- Critères principaux utilisés en Europe et Aux Etats-Unis :
  - Part de marché : 40 % ou plus
  - Barrières à l'entrée
  - Importance des parts des rivaux
  - Dynamique du marché (érosion ou renforcement des parts du leader)
  - Puissance relative des acheteurs

# La difficulté pour prouver un APD

- Le passage de la position dominante à l'APD implique une décision de justice
- **Quels indicateurs de mesure ?**
- Définir un « **marché pertinent** »
- « *La définition du marché pertinent (ou marché en cause) permet d'identifier et de définir le périmètre à l'intérieur duquel s'exerce la concurrence entre entreprises. Elle permet d'établir le cadre dans lequel la Commission applique la politique de la concurrence. Son objet principal est d'identifier de manière systématique les contraintes que la concurrence fait peser sur les entreprises données. La définition du marché permet, entre autres, de calculer les parts de marché, qui apportent des informations utiles concernant le pouvoir de marché afin d'apprécier une position dominante* ».
- Document 7

# Coca-Cola : un exemple d'enjeu autour de la définition du marché pertinent

- Le marché de la Coca-Cola Company est-il le marché des sodas ?
- Le marché de la Coca-Cola Company est-il le marché des sodas « goût cola » ?



# Barbie Mattel : un exemple d'enjeu autour de la définition du marché pertinent

- Le marché de la « Barbie Mattel » est-il le marché des poupées ?
- Le marché de la « Barbie Mattel » est-il le marché des poupées mannequins ?



# Définition !

Marché pertinent

# La difficulté pour prouver un APD

- **La délimitation du marché pertinent permet aux autorités de la concurrence de calculer les parts de marché de la firme suspectée et d'évaluer son pouvoir de marché**
  - Plus il est établi que le marché pertinent sur lequel évolue la firme est large (et donc plus ses parts de marché seront considérées comme faibles et moins la firme pourra se retrouver en position dominante et ne pourra donc pas en abuser
  - Inversement, plus le marché pertinent est considéré de manière restrictive, plus les chances que les autorités de la concurrence considèrent que la firme est en situation d'abus de position dominante est important.

# 1. Quels sont les objectifs et les modalités d'une politique de la concurrence ?

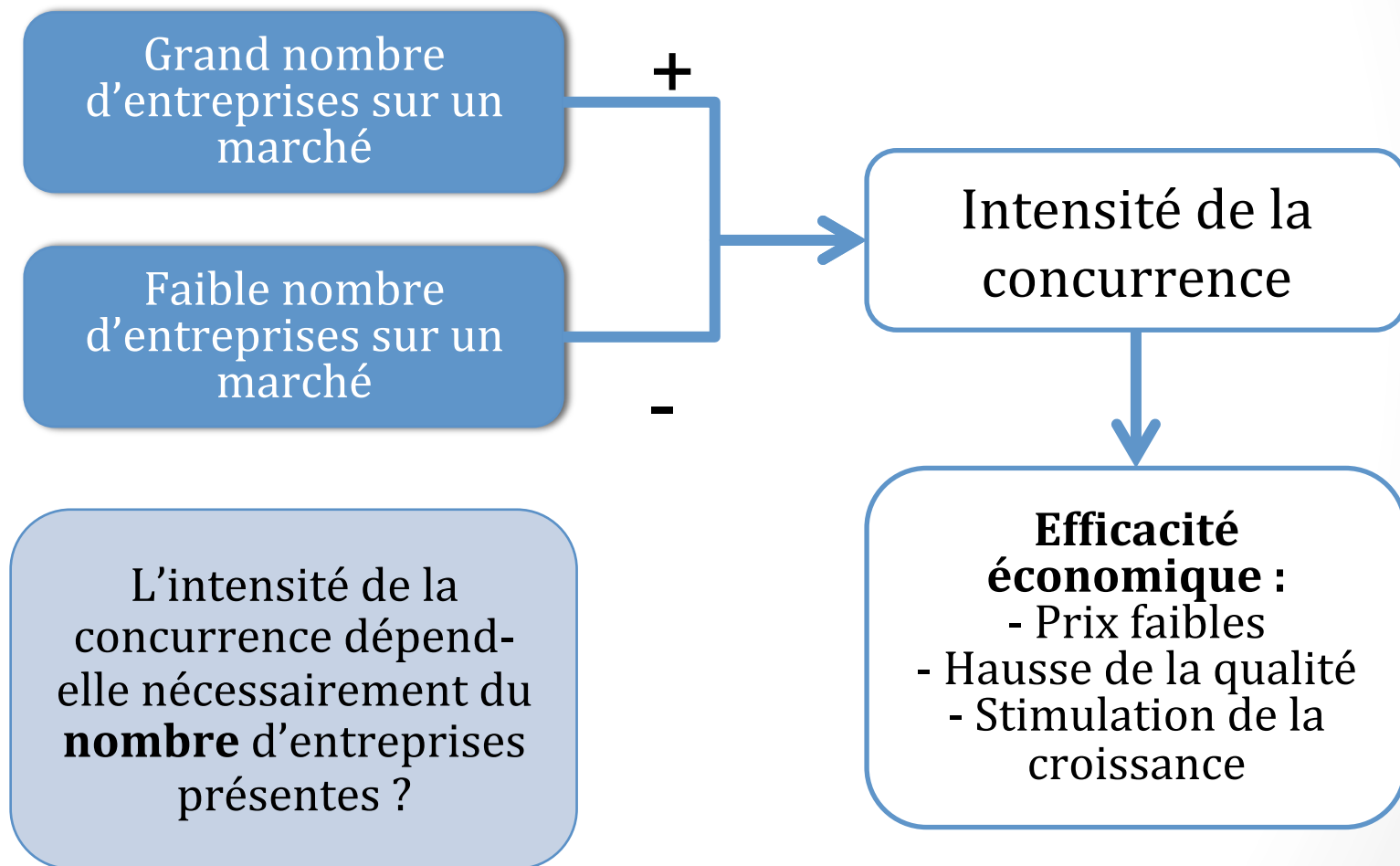
- 1.1. La lutte contre les cartels et les ententes illicites
- 1.2. La répression des abus de position dominante
- 1.3. Le contrôle des opérations de concentration

## Le cas « Ryanair – Aer Lingus » en 2007

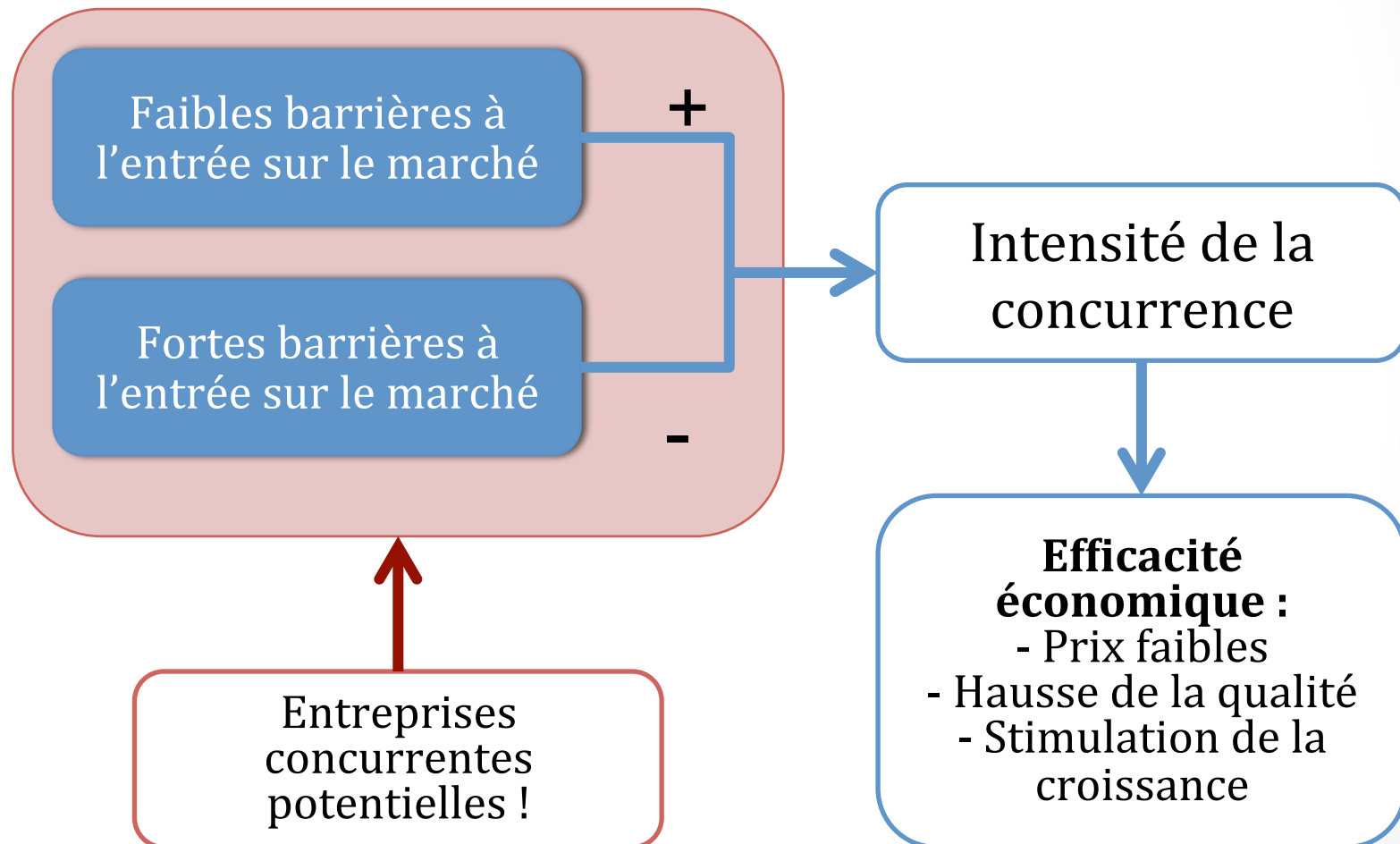
- **Document 8 :**
- « *Notre décision d'interdire cette fusion était essentielle pour protéger les consommateurs irlandais, qui sont très dépendants du transport aérien, ainsi que les autres consommateurs européens. Les monopoles leur sont préjudiciables car ils restreignent les choix proposés, entraînent une baisse de la qualité et tirent les prix à la hausse. Les compagnies aériennes à bas coûts comme Ryanair ne font pas exception à la règle. Les mesures correctives proposées par cette dernière ne permettaient malheureusement pas de résoudre les problèmes de concurrence* » a déclaré Neelie Kroes, commissaire européenne chargée de la concurrence.

Communiqué de presse de la Commission européenne, 27 juin 2007.

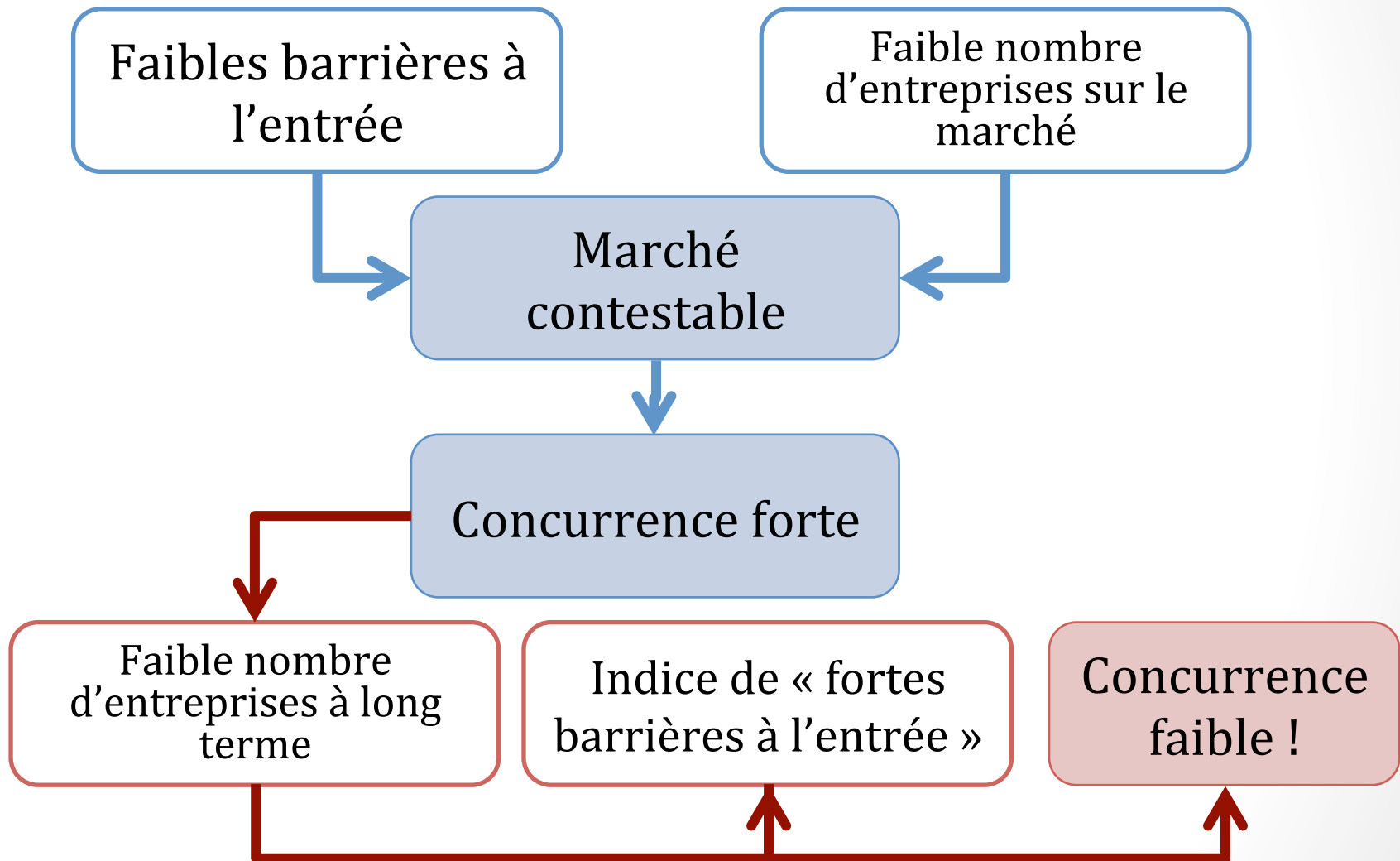
# Comment mesurer le degré de concurrence sur un marché ?



# Comment mesurer le degré de concurrence sur un marché ?



# Comment mesurer le degré de concurrence sur un marché ?



# Les politiques préventives de la concurrence

- Sur le long terme, le nombre d'entreprises en présence est l'indicateur le plus fiable pour mesurer l'intensité de la concurrence !
- Justification des **politiques préventives de la concurrence** : contrôler et limiter les opérations de concentration des entreprises !!
- Depuis 1976 aux Etats-Unis et depuis 1990 dans l'Union européenne : les entreprises qui veulent engager des opérations de concentration de grande ampleur (fusion-acquisition) doivent préalablement en informer les **autorités de la concurrence (la Commission européenne pour l'UE)**

# Les politiques préventives de la concurrence

- **Autorité de la concurrence européenne :**
  1. Identifier en amont les risques de réduction de la concurrence :
    - Critère du marché pertinent : y aura-t-il APD après la concentration ?
    - Recours à une expertise : proposition d'un **bilan de concurrence** (comment le nombre de concurrents évoluera-t-il après la Fusion-Acquisition ? Quelle sera la conséquence sur les prix des produits, etc.).
  2. Décider d'interdire la concentration si les risques de réduction de la concurrence sont élevés :
    - En pratique, les décisions d'interdiction de concentration sont rares. Au cours de la période 1990-2007 par exemple, 90 % des opérations examinées par la Commission européenne ont été autorisées sans qu'une enquête approfondie ne soit engagée.
    - Parmi les 10 % qui ont fait l'objet d'un examen approfondi, finalement seules 12 % des demandes ont été rejetées.

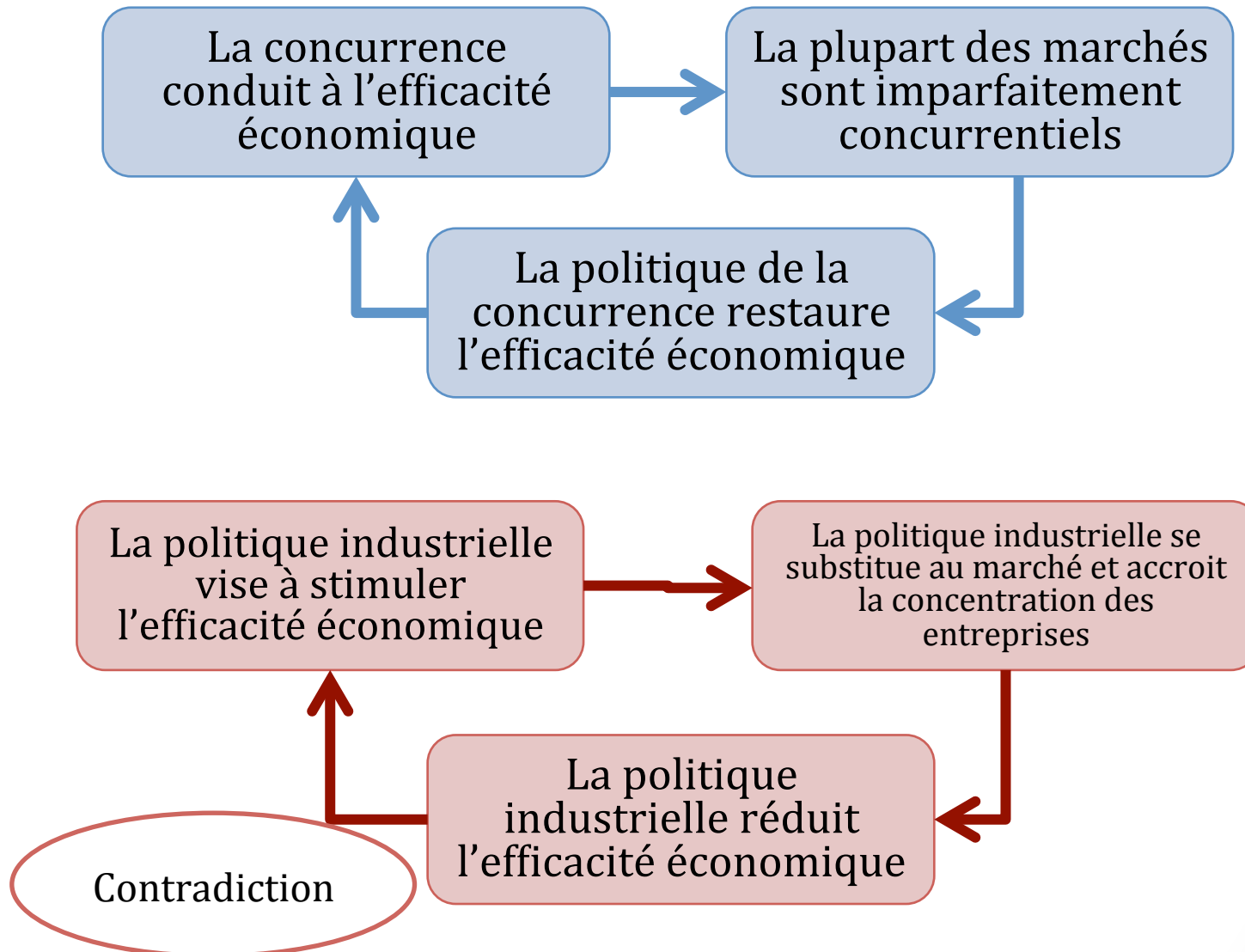
## 2. Les politiques de la concurrence : quels débats contemporains ?

### 2.1. Politique industrielle et politique de la concurrence : opposition ou complémentarité ?

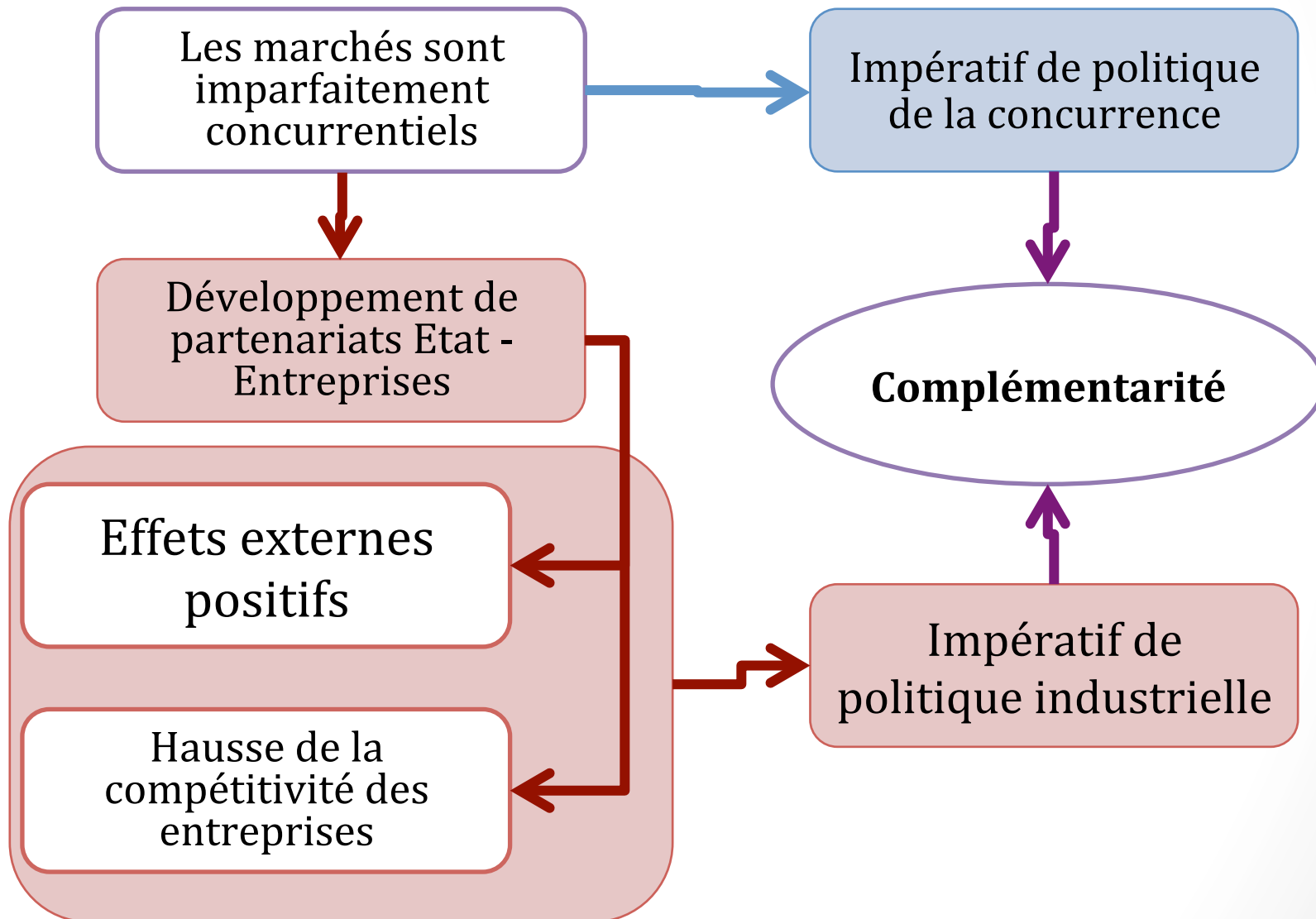
# Définition !

## Politique industrielle

# Politique de la concurrence / politique industrielle : une opposition apparente



# Politique de la concurrence / politique industrielle : un renforcement réciproque



## 2. Les politiques de la concurrence : quels débats contemporains ?

2.1. Politique industrielle et politique de la concurrence : opposition ou complémentarité ?

2.2. Services publics et politique de la concurrence : opposition ou complémentarité ?

# Bien/services collectifs – Biens/services publics

- **Bien/service collectif :**
- Un bien collectif est un bien dont la consommation n'obéit pas aux deux principes qui caractérisent les biens privés :
  - le principe de rivalité : les biens collectifs sont non rivaux (la consommation d'un individu n'empêche pas la consommation simultanée d'un autre)
  - le principe d'exclusion par les prix : les biens collectifs sont non excluables (les utilisateurs peuvent y accéder sans paiement d'un prix)
- **Services publics :** Activités d'intérêt général qui produisent des richesses que l'on estime indispensables à la cohésion sociale et à l'exercice de la citoyenneté. L'Etat en assure soit directement la mise en œuvre soit exerce un contrôle sur les entreprises qui ont reçu une « délégation de service public ».

# Bien/services collectifs – Biens/services publics

- Attention :
- Les biens/services collectifs sont nécessairement publics (c'est à dire produits par l'Etat ou par délégation par une organisation productive qui les produit pour le compte de l'Etat)
- Certains services publics ne sont pas collectifs :
  - Education nationale (service de club)
  - Une séance de radiologie dans un hôpital (service privatif)

# L'Union européenne et les services publics

- Acte unique européen en 1986 → approfondissement de l'intégration européenne :
  - Entrée dans le champ de la concurrence des services public marchands jusqu'alors généralement fournis par des monopoles étatiques au sein de l'Europe (EDF, France Télécom).
- Attention ! Ne pas confondre **libéralisation** et **privatisation** des services publics :

**Libéralisation** : Introduction de la **concurrence** dans des secteurs où, jusqu'à lors, la production était organisée par des monopoles publics (électricité, service postal, transport ferroviaire, etc.)

**Privatisation** : Transfert de la production d'un service public vers le **secteur privé**.

# L'Union européenne et les services publics

- Deux principales raisons de ce mouvement de libéralisation en Europe :
  1. **Baisse de prix et hausse de la qualité** des services avec l'introduction de la concurrence ;
  2. La **remise en cause des monopoles naturels** (séparation entre la gestion du réseau et la production du service)
- Exemples :
  - EDF
  - France Télécom
  - SNCF ?

# Les risques liés à la libéralisation des services publics

- Remplacement des monopoles publics par des oligopoles privés : gains pour les consommateurs ?
  - France Télécom
  - EDF
- Risque de remise en cause des services producteurs de cohésion sociale :
  - SNCF : péréquation sur les tarifs et problèmes de pérennité des lignes non rentables
- Au total, il y a donc des craintes que la libéralisation menace l'essence même des services publics, à savoir leur mission d'intérêt général, leur capacité à assurer l'égalité, la cohésion sociale et territoriale.

# Synthèse du chapitre 4

- La **politique de la concurrence** vise à promouvoir un fonctionnement concurrentiel des marchés. Elle se fonde sur les enseignements de la microéconomie selon lesquels le jeu de la concurrence aboutit à une **allocation optimale des ressources**. Il convient alors d'empêcher que des acteurs exercent un **pouvoir de marché abusif** qui priverait les consommateurs des bénéfices de la concurrence.
- Les comportements anticoncurrentiels des entreprises peuvent prendre deux formes principales. Le **cartel de producteurs** est une stratégie coordonnée entre firmes qui s'entendent pour restreindre la concurrence entre elles (lorsque l'entente est informelle on, parle de stratégies collusives). L'**abus de position dominante** est une pratique unilatérale d'une firme qui, disposant d'une position dominante sur un marché, exploite abusivement son pouvoir de marché pour nuire aux consommateurs ou pour évincer ses concurrents.
- Ces composantes de la politique de la concurrence relèvent d'une logique **rétrospective** et **répressive** : il s'agit de sanctionner *a posteriori*, par des amendes jugées répréhensibles. Pour surmonter l'imperfection de l'information et faciliter la **détection par la clémence** incitant les firmes à révéler les ententes en échange de l'immunité.

# Synthèse du chapitre 4

- La politique de concurrence s'efforce aussi de surveiller *a priori* la structure des marchés avant les opérations de concentration. Il s'agit là d'une action **préventive** et **prospective**. Les projets de fusion-acquisition doivent être notifiés aux autorités de concurrence. L'objectif est d'éviter que se constituent ou se renforcent des positions dominantes qui risqueraient d'affecter la concurrence de façon significative. En pratique, l'interdiction des concentrations est extrêmement rare mais les autorisations peuvent être accordées sous certaines conditions.
- L'application de la politique de concurrence nécessite de délimiter le **marché pertinent**. En effet, il faut définir les contours du marché sur lequel la firme est présente pour calculer des parts de marché et apprécier le pouvoir de marché. Il a une double dimension, de **produits** et **géographique**. C'est l'ensemble de produits que les consommateurs considèrent comme substituables au sein d'un espace géographique donnée. La délimitation du marché pertinent permet aux autorités de concurrence de calculer des parts de marché et par là d'évaluer le pouvoir de marché d'une firme

# Synthèse du chapitre 4

- Le rôle prépondérant pris par la politique de la concurrence dans la construction européenne fait débat. La question se pose à la fois pour la mise en œuvre de la **politique industrielle** et pour la production des services publics. Il y a eu un déclin de l'intervention active des pouvoirs publics en matière industrielle au profit d'une forme passive d'intervention. Autrement dit, il y a eu un recul des actions traditionnelles de **politique industrielle** comme le soutien au développement des secteurs de l'énergie, des transports, des communications et à l'émergence de champions nationaux (innovations portées par la commande publique). Ce retrait s'est fait au profit d'une action visant à promouvoir un fonctionnement concurrentiel des marchés et à créer un environnement favorable à l'**innovation** (incitations).
- Pour les économistes contemporains, il faut sortir de l'alternative entre un État se substituant au marché défaillant (logique de l'intervention active reposant sur les choix publics) et un État veillant au respect du jeu concurrentiel (logique de l'intervention passive avec un système d'incitations). Le rôle de l'État doit être non seulement d'inciter mais aussi de coordonner les investissements des agents, privés ou publics, en particulier ceux en R&D, clé de l'innovation. Il reste qu'un certain nombre d'économistes déplorent la mise en place d'une véritable **politique industrielle** à l'échelle européenne. L'action de l'Europe, dans ce domaine, s'étant longtemps concentrée dans la prohibition d'aides d'Etats-membres, sa **politique de la concurrence** a souvent été dénoncée comme trop restrictive.

## Synthèse du chapitre 4

- Enfin, la **libéralisation des services publics** est aussi débattue. Pour les uns, les abus des **monopoles naturels** et l'intérêt des consommateurs ont motivé à faire entrer dans le champ de la concurrence des services collectifs marchands jusqu'alors généralement fournis par des monopoles étatiques au sein de l'Europe. La **libéralisation des services publics** a suscité de nombreuses craintes en France selon lesquelles la libéralisation menace l'essence même des services publics, à savoir leur mission d'intérêt général, leur capacité à assurer l'égalité, la cohésion sociale et territoriale. Le traité de Lisbonne s'efforce de réduire ces incertitudes mais le débat reste cependant ouvert.