

Chapitre 4 Présentation

Résumé éducol

La politique de la concurrence surveille les marchés : elle sanctionne les pratiques anticoncurrentielles des entreprises, contrôle les opérations de concentration, encadre l'intervention publique.

La libre concurrence ne signifie pas l'absence de règles. Les entreprises doivent respecter des normes juridiques destinées à permettre une concurrence effective.

En France, l'**Autorité de la concurrence** (appelée auparavant Conseil de la concurrence) et la **Direction générale de la concurrence et de la répression des fraudes** (D.G.C.C.R.F) sont chargées de mettre en œuvre la politique de la concurrence.

La **politique de la concurrence** doit lutter contre les cartels de producteurs. Un **cartel** est une entente entre firmes d'un même secteur ayant pour objet de limiter la concurrence. Comment ? En fixant un prix commun, en échangeant des informations confidentielles, en définissant des quotas de production, en se répartissant les marchés sur une base géographique ou en fonction des catégories de clients. On parle ainsi du cartel des pays producteurs de pétrole, l'**O.P.E.P** (organisation des pays producteurs de pétrole). Les cartels entraînent une hausse sensible des prix aux dépens des consommateurs.

Les autorités de la concurrence doivent mettre en place des procédures de détection et infliger des amendes dissuasives.

La politique de la concurrence doit réprimer les abus de position dominante : « prix prédateurs », ventes liées . . .

Ventes liées : une entreprise en position dominante sur le marché d'un produit A cherche à éliminer la concurrence sur le marché d'un produit B en vendant les deux produits simultanément. Microsoft a lié la vente de Windows à celle du logiciel Media player. Une entreprise en position dominante peut accorder à ses clients des remises de fidélité pour qu'ils ne s'adressent pas à une autre entreprise.

Pour mettre en évidence la position dominante, il faut se référer à la notion de marché pertinent, c'est-à-dire délimiter le marché en identifiant l'ensemble des produits substituables. Cette notion de **marché pertinent** est essentielle en droit de la concurrence. Elle permet de déterminer l'existence d'une position dominante d'une entreprise avant que l'Autorité de la concurrence statue sur un éventuel abus lié à cette position. Elle permet également à l'Autorité de la concurrence d'appréhender le marché susceptible d'être affecté par une opération de concentration pour laquelle elle émet un avis.

La **politique de la concurrence** sanctionne les comportements déviants. Elle contrôle les opérations de concentration (démarche préventive). Il s'agit d'empêcher les fusions-acquisitions susceptibles de diminuer l'intensité de la concurrence.

La politique de la concurrence pose également le problème de la place de l'Etat dans la production de services collectifs et dans la mise en œuvre de la politique industrielle.

Enfin **Schumpeter** que la concentration et l'apparition de pouvoirs de marché sont considérées à la fois comme des signes de la vivacité de la concurrence et comme des conditions de l'innovation et des gains d'efficacité industrielle.