



Economie et politique de la concurrence

Cours dispensé par Jean-Didier Lecaillon et Laurence Nicolas-Vullierme

@ L. Nicolas-Vullierme 1

Planning des séances 2

- 21 heures sur les Aspects juridiques de la politique de concurrence
- 7 séances de 3 heures : 16.09 ; 19.11 ; 30.11 ; 10.12 ; 17.12 et 27.01
 - Point d'attention : **numérique**
 - Notions essentielles du droit de la concurrence
 - Pratiques anticoncurrentielles (Ententes, Abus de position dominante) et Concentrations
- Participation en cours prise en compte
 - Cas pratiques, fiches
- Grand oral

Voir Bibliographie donnée par M. Jean-Didier Lecaillon

@ L. Nicolas-Vullierme

3

Qu'est ce que la concurrence ?



Qu'est ce que la politique de concurrence ?

© L. Nicolas-Vullierme

4

Des règles de la concurrence

Finalité	Règle
Équilibre de la concurrence = Protection des concurrents	Droit de la concurrence déloyale (C. civ., art. 1240 et 1241) Droit des pratiques commerciales déloyales (Livre IV Titre IV du Code de commerce)
Liberté de la concurrence = Protection de la concurrence	Droit de la concurrence (Livre IV Titre II du Code de commerce)

© L. Nicolas-Vullierme

Incidence du numérique sur le droit de la concurrence

5



Nouveaux business model, marchés spécifiques : bifaces et multifaces

- Algorithmes et formation de prix
- Données et pouvoir de marché
- Plateformes en ligne

Solutions ?

- Proposition de Lina Khan « Amazon's Antitrust Paradox », 2017 : analyse du surplus du consommateur : contrôle des structures, contrôle des concurrents ?

Ou

- Limitation des interventions de l'Etat pour préserver l'innovation

© L. Nicolas-Vullierme

Actualités du droit de la concurrence

6

A l'échelle nationale : 6 sept. 2019

<http://www.autoritedelaconcurrence.fr/>

- Télécoms. L'Autorité clôt la saisine d'office qu'elle avait ouverte pour s'assurer du respect des engagements pris par Altice France, lors du rachat de SFR, concernant la cession du réseau DSL de Completel.
- Produits cosmétiques. L'Autorité de la concurrence autorise le rachat des Laboratoires Filorga Cosmétiques par le groupe Colgate Palmolive
- Opérations de visite et saisie dans le secteur de la distribution des équipements de nettoyage automatique de piscine.

À l'échelle européenne :

<http://ec.europa.eu/competition/>

- Nouvelle commission, mais un commissaire de la concurrence inchangé Mme Vestager



© L. Nicolas-Vullierme

Intérêt du droit de la concurrence

7

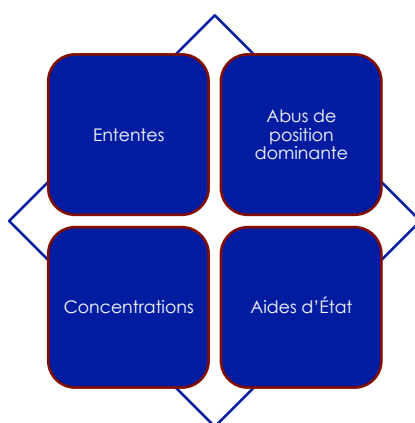
« L'intérêt du droit de la concurrence est d'être universel et très plastique : il peut s'appliquer à des situations industrielles ou économiques très différentes. »

Bruno Lasserre

© L. Nicolas-Vullierme

Règles européennes de concurrence

8



© L. Nicolas-Vullierme

9

§ 1 - Le marché en cause



© L. Nicolas-Vullierme

10

Enjeux de la définition du marché

- Situation actuelle de la concurrence entre entreprises
- Pouvoir de marché
- Définition large / définition étroite
Ex : affaire FNAC/Darty
- Remise en cause de l'outil ?
 - Outil à remplacer ou à compléter ?

© L. Nicolas-Vullierme

11

Marché du produit ou du service

« Un marché de produits en cause comprend tous les produits et/ou services que le consommateur considère comme interchangeables ou substituables en raison de leurs caractéristiques, de leur prix et de l'usage auquel ils sont destinés. »

Comm., Communication sur le marché en cause, 1997, cons. 7

© L. Nicolas-Vullierme

12

Marché du produit ou du service

- Offreurs sur le marché
- Demandeurs sur le marché
- Substituabilité (caractéristiques, prix, usage) → homogénéité
 - Du côté de la demande
 - Du côté de l'offre
 - Concurrence potentielle ?

© L. Nicolas-Vullierme

Marché du produit ou du service : méthodes qualitatives

13

- Caractéristiques techniques
- Usage
- Circuit de distribution
- Prix du produit

© L. Nicolas-Vullierme

Marché du produit ou du service : méthodes quantitatives

14

« 39. Un certain nombre de **tests quantitatifs** ont été conçus tout spécialement pour délimiter les marchés. Ces tests s'inscrivent dans le cadre de diverses approches économétriques et statistiques : estimation des élasticités et des élasticités croisées de la demande d'un produit, tests fondés sur la similitude des variations de prix au cours du temps, analyse des liens de causalité entre des séries de prix, similitude, voire convergence, entre les niveaux de prix. Pour déterminer les conditions dans lesquelles la substitution s'est opérée par le passé et ses caractéristiques, la Commission prend en considération les éléments quantitatifs disponibles, capables de résister à un examen minutieux et rigoureux »

Comm., Communication sur le marché en cause, 1997, cons. 39

© L. Nicolas-Vullierme

Marché géographique

15

« Le marché géographique en cause comprend le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans l'offre des biens et des services en cause, sur lequel les conditions de concurrence sont suffisamment homogènes et qui peut être distingué de zones géographiques voisines parce que, en particulier, les conditions de concurrence y diffèrent de manière appréciable»

Comm., Communication sur le marché en cause, 1997, cons. 8

© L. Nicolas-Vullierme

Marché géographique

16

Méthodes qualitatives :

- Flux d'échanges
- Barrières
- Coût de transport
- Prix et variation du prix

© L. Nicolas-Vullierme

17

§ 2 – L'entreprise



© L. Nicolas-Vullierme

18

Critères

1. Une entité en cause qui exerce **une activité économique** (activité de production, de distribution et de services)

CJCE, 23 avril 1991, Klaus Höfner et Fritz Elser contre Macrotron GmbH, aff. C-41/90.

21 (...) il y a lieu de préciser, dans le contexte du droit de la concurrence, que, d'une part, la notion d'entreprise comprend toute entité exerçant une activité économique, indépendamment du statut juridique de cette entité et de son mode de financement et que, d'autre part, l'activité de placement est une activité économique.

2. L'entité en cause qui est **autonome**, c'est-à-dire qu'elle est libre d'organiser et d'exercer son activité comme elle l'entend.

© L. Nicolas-Vullierme