



Concurrences

Revue des droits de la concurrence
Competition Law Journal

Emmanuel Combe :
La politique de la concurrence,
un instrument au service
de la croissance et de l'emploi

Interview | Concurrences N° 1-2013
www.concurrences.com

Emmanuel COMBE

emmanuel.combe@autoritedelaconcurrence.fr

| *Vice-président, Autorité de la concurrence*
| *Professeur affilié ESCP Europe*

Emmanuel COMBE

emmanuel.combe@autoritedelaconcurrence.fr

Vice-président, Autorité de la concurrence,
Professeur affilié ESCP Europe

Depuis Novembre 2012

Vice-Président de l'Autorité
de la concurrence

2011

“Le low cost”

(éditions La Découverte)

“La compétitivité par la qualité”

(Fondapol)

2010

“La politique de la concurrence”

(éditions La Découverte)

Professeur affilié au Collège
d'Europe

2009

Membre du Collège de l'Autorité
de la concurrence,
Membre de la Commission
Nationale de l'Aménagement
Commercial

2005

Membre du Collège du Conseil
de la concurrence, Professeur
à l'Université de Paris 1
“Economie et politique de
la concurrence” (Daloz)

1998

Agrégé des Facultés de droit et
sciences économiques,
Professeur affilié à ESCP Europe

Interview réalisée par Patrick Hubert
et Marie de Drouas, avocats, Clifford Chance.

Emmanuel Combe : La politique de la concurrence, un instrument au service de la croissance et de l'emploi

Pouvez-vous nous rappeler votre parcours professionnel et universitaire ?

Tout en menant des études d'histoire à l'Ecole Normale Supérieure (Saint Cloud), j'ai découvert les oeuvres de grands économistes, au premier rang desquels Smith, Hayek, Keynes, Schumpeter et d'auteurs plus contemporains comme Kirzner, Stigler ou Becker. Ce premier contact avec l'économie, par les textes, m'a littéralement fasciné : j'avais le sentiment que cette discipline parvenait, au travers du principe de rationalité des agents, à donner sens à l'apparent chaos qui anime les économies de marché. Ce qui semblait relever du désordre obéissait en réalité à des forces profondes et bien identifiées : l'innovation, principal moteur de la croissance ; l'entrepreneur, acteur principal du changement ; la concurrence, terreau fertile pour l'innovation et la créativité. Je crois que ces idées, pourtant anciennes, n'ont jamais été autant d'actualité pour un pays comme la France : après avoir opéré notre rattrapage durant les “Trente Glorieuses”, fondées pour l'essentiel sur la diffusion de technologies et de “business model” existants, nous nous trouvons depuis les années 1980 dans une nouvelle configuration, celle d'un pays situé à la frontière de la connaissance ; l'enjeu aujourd'hui pour la France est de mettre en place un modèle économique et social qui favorise l'initiative, la créativité, la qualité, l'innovation, à tous les niveaux et sous toutes ses formes.

“L'enjeu aujourd'hui pour la France est de
mettre en place un modèle économique et social
qui favorise l'initiative, la créativité, la qualité,
l'innovation, à tous les niveaux et sous toutes
ses formes

La lecture des grands auteurs m'a convaincu d'entreprendre un cursus d'économie à Paris 1, qui s'est achevé par une thèse de doctorat en économie industrielle et de l'innovation. C'est tout naturellement que j'ai ensuite embrassé la carrière académique, comme maître de conférences puis professeur des Universités.

Une question centrale parcourt l'ensemble de mes travaux depuis 20 ans : quelle doit être la place des règles du jeu dans une économie de marché, marquée par ce perpétuel processus de “destruction créatrice” ? La question se révèle délicate : d'un côté, trop de règles peuvent brider la dynamique des marchés et l'esprit d'entreprendre ; mais à l'inverse, une absence de règles peut aussi générer des rentes inefficaces et des abus de pouvoir de marché, au détriment des nouveaux entrants et de la concurrence par les mérites. J'ai travaillé tour à tour sur des sujets comme le brevet dans la pharmacie et les pays en voie de développement, les sanctions contre les cartels, le portrait robot des cartels ou les nouvelles formes de concurrence comme le low cost. Plus récemment, je me suis intéressé à la question de la “compétitivité par la qualité” ; face à la montée en puissance des pays émergents, la France n'a d'autre choix que d'opérer une montée en gamme de sa production, en misant sur la qualité sous

toutes ses formes: R&D bien entendu, mais aussi design, qualité de service avant et après la vente, réactivité du service commercial, délais de livraison, qualité de fabrication, etc. Une politique de compétitivité par la qualité passe par la formation des salariés: pas de qualité des produits sans qualification des hommes.

Pensez-vous que la politique des autorités de concurrence en matière de sanctions devrait prendre en compte le contexte actuel de crise économique et notamment les conséquences que le paiement d'une amende élevée peut avoir sur l'emploi et sur l'investissement ?

D'abord, rappelons qu'une sanction dite "élevée" doit toujours être mise en regard du dommage (potentiel ou réel) que la pratique a elle-même causé à l'économie dans son ensemble, et notamment aux clients. En particulier, on a parfois tendance à sous-estimer l'ampleur réelle du dommage, notamment lorsqu'une pratique se traduit par une hausse de prix limitée en valeur absolue (quelques euros sur un produit par exemple) mais qui affecte un grand nombre de clients: quelques euros sur des dizaines de millions de clients cela fait une somme importante !

Concernant l'argument de la crise économique, je constate qu'il est parfois repris en sens inverse : lorsque la croissance point à l'horizon, certaines voix s'élèvent pour expliquer qu'il ne faut pas entraver la reprise, par une politique antitrust trop active. Bref, ce ne serait jamais le bon moment pour mener une politique de concurrence: il serait toujours trop tôt ou trop tard. Je crois que la politique antitrust ne doit pas prêter attention aux cycles économiques : elle ne doit être ni procyclique, ni contracyclique.

Cela ne veut pas dire pour autant que les autorités de concurrence doivent rester indifférentes à la situation particulière des entreprises, qui peuvent se retrouver confrontées à des difficultés financières, quelle que soit la situation économique globale. Il serait en effet absurde qu'au nom de la concurrence l'imposition d'une amende conduise à la disparition d'un concurrent efficace et à une réduction de l'intensité concurrentielle sur le marché. Mais comme vous le savez, cette circonstance particulière est prévue par les textes, au niveau de la détermination de la sanction, au travers de la notion de "capacité contributive".

“Demander que les sanctions ne soient pas à leur juste niveau en temps de crise, c'est dire en creux que l'on accepte que les pratiques anticoncurrentielles perdurent et fleurissent durant ces périodes. Il faut alors démontrer qu'une économie dans laquelle prospèrent les cartels est une économie qui prépare mieux

l'avenir, le rebond, la sortie de crise qu'une économie qui mise sur les vertus de la concurrence; je ne connais pas d'études qui démontrent cela”

Quant à l'argument de l'emploi et de l'investissement, plusieurs points méritent d'être évoqués. En premier lieu, existe-t-il des études scientifiques ayant démontré que l'imposition d'amendes antitrust serait la cause principale de licenciements? Je n'en connais pas; en revanche, j'ai le sentiment que l'amende sert parfois de prétexte aux entreprises pour justifier de douloureuses mesures de restructuration industrielle qui s'imposaient à elles. En second lieu, demander que les sanctions ne soient pas à leur juste niveau en temps de crise, c'est dire en creux que l'on accepte que les pratiques anticoncurrentielles perdurent et fleurissent durant ces périodes. Il faut alors démontrer qu'une économie dans laquelle prospèrent les cartels et autres abus de marché est une économie qui prépare mieux l'avenir, le rebond, la sortie de crise qu'une économie qui mise sur les vertus de la concurrence. Je ne connais pas d'études empiriques qui démontrent cela. N'oublions pas les leçons de l'expérience américaine de l'US National Industry Recovery Act en 1933, qui a conduit à autoriser les cartels: une étude économique (Cole et Ohanian 2004) a montré que cette décision avait conduit à prolonger la dépression. Les travaux empiriques montrent en revanche qu'une économie plus concurrentielle incite les entreprises à être plus efficaces, plus innovantes, ce qui est la clé du retour de la croissance économique, de la productivité, de la compétitivité et in fine de l'emploi. En ce sens, on peut considérer que la politique de concurrence, en entretenant le processus de concurrence, participe, avec d'autres instruments (politique éducative, politique d'innovation, etc), à l'objectif de croissance et d'emploi. Une étude récente de Buccirosi (2011) 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 productivité.

Pensez-vous que la procédure de clémence en France permet d'augmenter considérablement la détection des cartels? Si oui, ne pensez-vous pas que la probabilité pour une entreprise membre d'un cartel d'être détectée a augmenté et que les sanctions devraient en être affectées ?

De manière générale, il me semble que l'enjeu d'une politique de clémence n'est pas seulement de faciliter la détection ex post des cartels; il est aussi et surtout de dissuader en amont leur formation, en envoyant un signal clair aux potentiels contrevenants: si vous vous engagez dans ce type de pratique, sachez que vous risquez d'être dénoncé par vos propres partenaires, qui seront immunisés alors que vous devrez payer. Le signal envoyé par la clémence est d'autant plus fort que les sanctions encourues sont potentiellement sévères et que la réduction d'amende est fortement "dégressive" selon l'ordre d'arrivée. Concernant le cas français, il me paraît difficile d'affirmer que la clémence a augmenté " considérablement " la détection des cartels, puisque l'on

ne connaît pas par définition le nombre total de cartels qui sévissent dans notre pays, avant comme après la mise en place de ces procédures. J'ai toutefois le sentiment que la clémence est plus délicate à mettre en œuvre au niveau d'un pays de petite taille (comparativement à l'Europe ou à un grand pays comme les Etats-Unis) dans la mesure où les cercles d'affaires y sont nécessairement plus étroits; n'oublions pas que les décisions de cartel, ce sont d'abord des décisions prises par des personnes: il est plus difficile de dénoncer ses concurrents lorsqu'on les connaît bien. On peut d'ailleurs constater que la décision de clémence est souvent prise par un "outsider", par exemple à l'occasion d'un rachat d'entreprise.

Quoiqu'il en soit, les programmes de clémence n'ont pas vocation à se substituer aux enquêtes spontanées des autorités de concurrence, qui vont permettre de détecter les cartels les plus stables. Il existe en réalité une complémentarité entre les outils de détection et il convient de maintenir un risque exogène de détection, qui ne soit pas "contrôlable" par les entreprises.

Quant à la question de savoir s'il ne faudrait pas réduire les sanctions au motif que la probabilité de sanction a augmenté, il convient de rappeler deux évidences. En premier lieu, avant de réduire les sanctions, encore faudrait-il s'assurer qu'elles sont déjà à leur niveau "adéquat" c'est-à-dire suffisamment dissuasives. Or, je constate que sur le cas européen, les sanctions n'ont pas été toujours à la mesure du dommage causé à l'économie: selon mes travaux (avec Constance Monnier), dans près d'un cas sur deux, la Commission n'a même pas repris le gain illicite. En second lieu, la probabilité de détection, bien qu'elle soit difficile à estimer, reste assez faible: si l'on en croit les deux études de référence sur ce sujet, elle serait de l'ordre de 15%. A supposer même que cette proportion ait doublé grâce aux programmes de clémence, l'application mécanique d'une logique purement économique conduirait à infliger des sanctions égales à... trois fois le gain illicite. En d'autres termes, arguer de la prise en compte d'une plus forte probabilité de détection implique déjà d'accepter le principe de sanctions dissuasives.

Vous vous êtes à plusieurs reprises exprimé au sujet du niveau des sanctions dans le cadre de la lutte contre les cartels et de la nécessité d'imposer des sanctions optimales. Êtes-vous en faveur d'une augmentation du niveau des sanctions en France ?

Je n'ai pas eu l'occasion de travailler comme chercheur sur le cas français mais plutôt sur le cas communautaire; je ne crois pas que des études aient été menées à ce jour sur le niveau optimal des sanctions en France. Deux constats méritent toutefois d'être mentionnés.

En premier lieu, mon collègue Marcel Boyer, dans une récente conférence devant l'ICC-France en novembre 2012, a déclaré que les sanctions infligées aux cartels en France lui paraissaient "insuffisantes" au regard des critères de la "sanction optimale" qu'il utilise dans ses propres études. Son affirmation me semble d'autant plus intéressante que ses travaux sur les amendes en Europe adoptent une perspective plutôt conservatrice sur le sujet.

En second lieu, je persiste à penser que si les amendes étaient adéquates, il n'y aurait plus aucune incitation pour les entreprises à récidiver: quel est l'intérêt de s'engager dans une pratique anticoncurrentielle si le gain net est nul, voire négatif? Je constate que le taux de récidive en Europe n'est pas négligeable: selon mes travaux sur les cartels détectés par la Commission Européenne, il avoisinerait les 25%. Il serait intéressant d'estimer ce taux sur le cas français.

Le droit de la concurrence a pour principal objectif de promouvoir l'intérêt du consommateur et donc de favoriser les prix bas. Comment conciliez-vous cet objectif avec la nécessité de promouvoir l'innovation et la qualité des produits ou services ?

Je ne pense pas que l'objectif de la politique de la concurrence soit réductible à la défense de l'intérêt des consommateurs. Le but est de protéger le processus de concurrence en tant que tel, pour qu'il puisse jouer pleinement son rôle, celui d'un moteur de croissance, de productivité et d'emplois. La politique de concurrence n'est pas une politique consumériste qui irait à l'encontre des intérêts des entreprises et des salariés, comme on essaie parfois de le faire croire. Prenons l'exemple des abus de position dominante: les premières victimes de ces pratiques sont bien souvent des entreprises, et notamment des PME ou de nouveaux entrants sur le marché. La politique de la concurrence est aussi là pour les entreprises qui naissent, sont en devenir et participent au renouvellement du tissu productif.

Prenons l'exemple des cartels. Ils touchent avant tout des produits intermédiaires: ce sont donc bien des entreprises qui sont les premières pénalisées par ces pratiques et qui voient leurs coûts de production augmenter artificiellement, ce qui nuit à leur compétitivité.

“La politique de concurrence n'est pas une politique consumériste qui irait à l'encontre des intérêts des entreprises et des salariés. Prenons l'exemple des abus de position dominante: les premières victimes de ces pratiques sont bien souvent des entreprises, et notamment des PME ou de nouveaux entrants sur le marché. La politique de concurrence est aussi là pour les entreprises qui naissent, sont en devenir et participent au renouvellement du tissu productif ».

Je ne pense pas non plus que les bienfaits de la concurrence se réduisent à la question des prix bas, aussi importante soit-elle. La concurrence élargit également la taille du marché et participe à une forme de “démocratisation”, comme nous avons pu l’observer dans l’aérien; la concurrence favorise aussi la variété, en élargissant la gamme des produits disponibles : chaque client trouve en quelque sorte “chaussure à son pied” ; la concurrence est aussi l’alliée de la qualité : face à la menace concurrentielle, les entreprises sont incitées à se différencier en misant sur la qualité de service. Il existe de nombreuses études empiriques sur ce sujet. Ainsi, dans la grande distribution, l’entrée de Wall Mart aux Etats Unis s’est traduite au niveau local par une baisse des taux de rupture de stock chez les concurrents ; dans l’aérien, la ponctualité des vols sur une ligne s’améliore lorsqu’un low-cost rentre sur le marché, etc. Opposer les prix bas et la qualité relève du 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.

De même, il est largement artificiel d’opposer la concurrence à l’innovation : la concurrence n’est pas l’ennemi de l’innovation. Si tel était le cas, alors les entreprises et secteurs les plus protégés de la concurrence devraient être les plus innovants. Ce n’est pas ce que montrent les études empiriques. On peut également observer que les pratiques anticoncurrentielles, lorsqu’elles durent sur une longue période, exercent un effet négatif sur l’innovation : par exemple, un cartel dont l’objet est de maintenir les profits élevés sur un marché déclinant a pour effet de ralentir l’incitation de ses membres à effectuer la transition vers de nouvelles technologies.

Dans un article récent, vous présentez le low-cost comme un nouveau modèle concurrentiel permettant à la fois aux entreprises de réaliser des gains importants et aux consommateurs de profiter d’une baisse des prix importante. Ne craignez-vous pas que le low-cost soit parfois en délicatesse avec le respect du droit de la concurrence, au regard de la prohibition des prix prédateurs par exemple ?

Le low-cost doit être d’abord regardé pour ce qu’il est vraiment : une innovation commerciale, un nouveau vecteur de concurrence, qui vient remettre en cause les business model les mieux établis. Son influence ne se réduit donc pas à des baisses de prix, aussi drastiques soient-elles. Le low-cost est bien plus que cela : il redéfinit les contours des produits et des besoins, dans le sens du minimalisme et de la simplicité. Etre low-cost, c’est d’abord distinguer ce qui relève de l’essentiel (la sécurité par exemple dans l’aérien) et du superflu ; c’est faire peu de promesses aux clients mais les tenir.

Quant à parler de prix prédateurs, cela me semble périlleux dans la mesure où les compagnies low-cost ont été jusqu’ici des outsiders, avec une part de marché assez limitée : un prix prédateur suppose au préalable que l’on soit en position dominante. De plus, le prix prédateur est un prix artificiellement et temporairement bas, sous les coûts unitaires de production. Or, si les low-cost pratiquent des prix bas, ce n’est pas un artifice : c’est d’abord parce que ce sont des entreprises efficaces, avec des coûts de production très faibles. On peut d’ailleurs noter que les grandes compagnies

low-cost réalisent une marge positive et sont même souvent les compagnies les plus rentables de leur secteur, dès lors qu’elles ont atteint une taille critique.

En revanche, plusieurs compagnies historiques ont été accusées par le passé de prix prédateurs à l’encontre de low-cost : songeons à l’affaire American Airlines, accusé en 1999 d’avoir voulu exclure de Dallas trois opérateurs low-cost, avant qu’un non lieu ne soit prononcé ; songeons au cas de Lufthansa poursuivi par le Bundeskartellamt en 2002 pour prix prédateurs à l’encontre d’une low-cost.

Je pense que c’est plutôt du côté du droit de la consommation et du travail qu’il faut porter son attention; plusieurs condamnations récentes sont venues rappeler aux compagnies low-cost qu’il ne saurait y avoir de droits des passagers et des travailleurs au rabais. Le problème n’est pas le low-cost en soi mais les éventuels abus et dérives que ce modèle peut générer. Les règles du jeu s’imposent à tous les acteurs, low-cost ou non.

En période de crise, faut-il accorder davantage d’importance au droit de la concurrence afin de faire baisser les prix ou bien au contraire se focaliser davantage sur la sauvegarde de l’emploi ?

Il y a une idée assez répandue aujourd’hui, consistant à opposer l’intérêt des consommateurs à celui des salariés : par une sorte de ruse de la raison, le consommateur qui tire son caddie le week-end serait devenu son propre ennemi, lui qui est un salarié la semaine. Cette vision est séduisante et simple à expliquer car elle est bipolaire : d’un côté, les consommateurs et les autorités de concurrence, attirés par les sirènes des prix bas ; de l’autre, les salariés et leurs employeurs, unis dans un même élan pour sauvegarder l’emploi. Le problème est que cette histoire est trop simple pour être vraie. La concurrence n’est pas un jeu à somme nulle, où ce que gagnent les consommateurs serait perdu par les salariés.

Que montrent les études empiriques sur ce sujet ? En premier lieu, les mesures qui restreignent la concurrence ont un effet négatif sur l’emploi : il suffit par exemple de lire les travaux bien connus sur l’impact des lois Royer Raffarin dans le commerce de détail. En second lieu, les expériences d’ouverture à la concurrence de secteurs montrent que l’emploi ne diminue pas et augmente même : il suffit de voir ce qui s’est passé dans le transport routier de marchandises en France, suite à la libéralisation de 1986 ; ou bien dans le transport aérien en Europe depuis 15 ans, avec l’arrivée des low-cost. Les low-cost ont entraîné des gains de productivité importants, ce qui aurait dû conduire mécaniquement à une baisse de l’emploi. Or, on constate qu’il est resté stable : 426 000 emplois en 2007 contre 401 000 en 1998, selon une étude récente de la Commission (2010).

“Il y a une idée largement répandue aujourd’hui, consistant à opposer l’intérêt des consommateurs à celui

des salariés : par une sorte de ruse de la raison, le consommateur qui tire son caddie le week-end serait devenu son propre ennemi, lui qui est un salarié la semaine. (...). Le problème est que cette histoire est trop simple pour être vraie. La concurrence n'est pas un jeu à somme nulle, où ce que gagnent les consommateurs serait perdu par les salariés”

Comment expliquer ces résultats contre-intuitifs ? Tout d'abord, il y a un effet demande : lorsqu'un prix baisse la demande augmente ce qui compense en partie les destructions d'emplois qui auraient eu lieu si la demande était restée inchangée. Ensuite, s'il y a des destructions d'emplois chez les opérateurs installés, il ne faut pas oublier les créations d'emplois chez les nouveaux entrants, dont on parle moins. En dernier lieu, le gain de pouvoir d'achat réalisé grâce à la concurrence va se reporter sur d'autres produits, dans d'autres secteurs : par exemple, selon une étude d'ODIT France (2008), l'essor de l'aérien en France aurait conduit à la création de 100 000 emplois dans les régions, principalement dans le tourisme (hôtellerie, restauration etc). La concurrence n'est pas l'ennemie de l'emploi.

Cela ne signifie pas que la concurrence n'ait aucun effet sur l'emploi. En particulier, la concurrence peut rendre instable les emplois en entraînant une réallocation fréquente des emplois entre entreprises et activités. La concurrence suppose une forte mobilité de la main d'œuvre, à la fois géographique et sectorielle. Les bons leviers consistent à miser sur la formation initiale et professionnelle pour favoriser les reconversions, à développer une véritable “flexi-sécurité”, qui protège les personnes plus que les emplois, à favoriser la fluidité sur le marché de l'immobilier, etc. La concurrence sur le marché des biens n'est pas antinomique avec une protection des salariés, à la fois forte et efficace, sur le marché du travail.

Le gouvernement veut le “redressement productif”. Cela ne supposerait-il pas une approche plus clémente en matière de contrôle des opérations de concentrations, avec en vue la constitution de nouveaux “champions nationaux” ?

L'objectif de “redressement productif” est louable et salutaire, dans un pays qui a perdu depuis 10 ans la bataille de la compétitivité industrielle. Mais encore faut-il aller au delà de la surface des mots : tout le monde est pour que la France ait des champions ! Le vrai sujet est de comprendre pourquoi la France a si peu de nouveaux champions, en particulier dans les nouveaux secteurs. Où sont les Google, les Amazon français ? Comment se fait-il que les champions d'aujourd'hui soient presque toujours en France les champions d'hier ? Cette situation n'est pas le fait d'un contrôle des concentrations trop sévère mais d'une politique industrielle qui a trop longtemps

été tournée vers la promotion des grandes entreprises plutôt que des jeunes pousses. La France n'a pas de problème de création d'entreprises mais un problème de croissance de ses entreprises. A cet égard, la politique de concurrence, loin d'être un obstacle à la constitution de nouveaux champions, peut aider les entreprises de croissance à exprimer tout leur potentiel sur le marché. Prenons l'exemple des abus de position dominante : ils constituent bien souvent une pratique destinée à retarder l'essor voire à évincer du marché de nouveaux acteurs, qui innoveront sur le plan technologique ou commercial.

“Le vrai sujet est de comprendre pourquoi la France a si peu de nouveaux champions (...). La France n'as pas de problème de création d'entreprises mais un problème de croissance de ses entreprises. A cet égard, la politique de concurrence, loin d'être un obstacle à la constitution de nouveaux champions, peut aider les entreprises de croissance à exprimer tout leur potentiel sur le marché”

Pour faire émerger ces nouveaux champions, la politique de concurrence est donc un ingrédient nécessaire. Pour autant, elle n'est pas suffisante. Il faut aussi une politique industrielle audacieuse. Mais le rôle de la politique industrielle aujourd'hui n'est pas de décréter qui seront les champions de demain et dans quel secteur ils émergeront ; en économie comme dans le sport, les champions ne se décrètent pas à l'avance, ils se construisent eux-mêmes, sur la base d'un terreau favorable. Le rôle de la politique industrielle est de fournir des incitations, un terreau propice aux entreprises : enseignement supérieur de qualité, formation des salariés, pôles de compétitivité, crédit impôt recherche, etc. On peut certes regretter que la politique industrielle ne soit pas plus ambitieuse, au niveau français comme européen ; pour autant, cela ne justifie pas de mettre en sommeil la politique de la concurrence : il n'y a aucune incompatibilité entre politique industrielle et politique de la concurrence mais plutôt une complémentarité.

Quels sont les moyens de réguler la concurrence sur le marché en dehors de la politique de concurrence ?

La politique de la concurrence, pour nécessaire qu'elle soit, n'a pas le monopole de la régulation de la concurrence.

Tout d'abord, je crois que les clients – entreprises comme consommateurs – doivent aussi devenir des acteurs de la régulation du marché : en particulier, lorsqu'ils sont victimes

de pratiques anticoncurrentielles, ils doivent pouvoir obtenir réparation pour le préjudice subi. A ce titre, il me semble souhaitable d'introduire en France une procédure d'action de groupe, certes encadrée et équilibrée (pour éviter les dérives du système américain) mais effective. Défendre l'action de groupe, ce n'est pas dresser les consommateurs contre les entreprises, encore moins revendiquer une culture du conflit. C'est simplement faire entrer les clients de plain-pied dans l'âge adulte en leur donnant les moyens de faire valoir eux-mêmes leur droit à réparation.

En second lieu, le bon fonctionnement de la concurrence passe aussi par une action sur l'information et la mobilité des clients, ce qui relève pour l'essentiel du droit de la consommation et de la vigilance de la DGCCRF. Il est nécessaire que les clients aient accès à une information transparente sur les différentes offres, afin de pouvoir les comparer en toute connaissance de cause. Il faut également que le client puisse arbitrer entre les offreurs, sans supporter de "coûts de sortie", monétaires ou non monétaires, injustifiés.

Il est souvent reproché aux autorités de concurrence de ne pas accorder suffisamment d'importance aux données économiques soumises par les entreprises. Quelle place comptez-vous accorder à l'analyse économique des problématiques de concurrence dans le cadre de votre nouveau mandat de vice-président de l'Autorité de la concurrence ?

Je crois d'abord que l'économie doit occuper de toute évidence une place essentielle dans l'appréhension des dossiers: n'oublions pas que la concurrence est d'abord une notion économique. L'économie est importante dans la compréhension des pratiques et de leurs effets : je pense en particulier aux abus de position dominante mais aussi, en matière d'entente, à la question des échanges d'information entre concurrents. L'apport de l'économie est justement d'éviter de tomber dans une approche trop formaliste, qui conduirait à condamner des pratiques qui, dans un contexte particulier, peuvent avoir des effets pro-concurrentiels.

L'économie est également essentielle lorsqu'il s'agit d'apprécier, notamment dans le cas des cartels, le dommage causé au marché et de déterminer le montant de sanction adéquat.

En matière de contrôle des concentrations, l'économie joue par nature un rôle prépondérant, dans la mesure où nous sommes dans une logique prospective, fondée sur la construction d'un "scénario plausible": que ce soit dans la délimitation des marchés pertinents, l'analyse des effets possibles post-concentration (effet unilatéral, etc), l'estimation des gains d'efficacité, l'économie est présente à toutes les étapes.

Je constate que la prise en compte de l'analyse économique a fortement progressé depuis dix ans; il suffit de comparer nos décisions d'hier à celles d'aujourd'hui. J'ai d'ailleurs le sentiment que l'Autorité de la concurrence est particulièrement en pointe sur ce sujet par rapport à ses partenaires européens, notamment sur la question de l'appréciation du dommage à l'économie.

Ceci étant, il faut raison garder et ne pas tomber dans l'illusion scientifique et quantitativiste, consistant à croire que l'économie est simplement là pour fournir un chiffre, une réponse unique et indiscutable. L'économie repose sur des hypothèses et des scénarios qu'il faut toujours prendre soin d'explicitier: le résultat, le chiffre obtenu ne tombent pas du ciel. Le service économique joue à cet égard un rôle précieux pour l'Autorité, en expertisant notamment les études produites par les parties, à la fois sur les résultats et la méthodologie retenue.

Je crois également que l'économie peut être utile dans sa dimension plus "qualitative": elle permet de mettre en lumière les principaux paramètres qui caractérisent une pratique et ses effets; elle donne du sens et de la cohérence à des pratiques qui, prises isolément, semblent ne pas en avoir: je pense en particulier aux prix prédateurs ou bien encore à la mise en évidence d'un "plan d'éviction global". Cette démarche se retrouve aussi dans l'évaluation du dommage: si l'Autorité n'a pas l'obligation de quantifier précisément le dommage, elle doit cependant l'apprécier, en se fondant notamment sur des paramètres économiques. ■

Concurrences est une revue trimestrielle couvrant l'ensemble des questions de droits de l'Union européenne et interne de la concurrence. Les analyses de fond sont effectuées sous forme d'articles doctrinaux, de notes de synthèse ou de tableaux jurisprudentiels. L'actualité jurisprudentielle et législative est couverte par onze chroniques thématiques.

CONCURRENCES

Editorial

Jacques Attali, Elie Cohen,
Laurent Cohen-Tanugi,
Claus-Dieter Ehlermann, Ian Forrester,
Thierry Fossier, Eleanor Fox, Laurence Idot,
Frédéric Jenny, Jean-Pierre Jouyet,
Hubert Legal, Claude Lucas de Leyssac,
Mario Monti, Christine Varney, Bo
Vesterdorf, Louis Vogel, Denis Waelbroeck...

Interview

Sir Christopher Bellamy, Dr. Ulf Böge,
Nadia Calvino, Thierry Dahan,
John Fingleton, Frédéric Jenny,
William Kovacic, Neelie Kroes,
Christine Lagarde, Doug Melamed,
Mario Monti, Viviane Reding,
Robert Saint-Esteben, Sheridan Scott,
Christine Varney...

Tendances

Jacques Barrot, Jean-François Bellis,
Murielle Chagny, Claire Chambolle,
Luc Chatel, John Connor, Dominique de
Gramont, Damien Gérardin,
Christophe Lemaire, Ioannis Lianos,
Pierre Moscovici, Jorge Padilla, Emil Paulis,
Joëlle Simon, Richard Whish...

Doctrines

Guy Canivet, Emmanuel Combe,
Thierry Dahan, Luc Gyselen,
Daniel Fasquelle, Barry Hawk,
Laurence Idot, Frédéric Jenny,
Bruno Lasserre, Anne Perrot, Nicolas Petit,
Catherine Prieto, Patrick Rey,
Didier Théophile, Joseph Vogel...

Pratiques

Tableaux jurisprudentiels : Bilan de la
pratique des engagements, Droit pénal et
concurrence, Legal privilege, Cartel Profiles
in the EU...

Horizons

Allemagne, Belgique, Canada, Chine,
Hong-Kong, India, Japon, Luxembourg,
Suisse, Sweden, USA...

Droit et économie

Emmanuel Combe, Philippe Choné,
Laurent Flochel, Frédéric Jenny,
François Lévêque Penelope Papandropoulos,
Anne Perrot, Etienne Pfister,
Francesco Rosati, David Sevy,
David Spector...

Chroniques

ENTENTES

Michel Debroux
Nathalie Jalabert-Doury
Cyril Sarrazin

PRATIQUES UNILATÉRALES

Frédéric Marty
Anne-Lise Sibony
Anne Wachsmann

PRATIQUES RESTRICTIVES ET CONCURRENCE DÉLOYALE

Muriel Chagny, Mireille Dany
Jean-Louis Fourgoux, Rodolphe Mesa
Marie-Claude Mitchell

DISTRIBUTION

Nicolas Ereseo, Dominique Ferré
Didier Ferrière, Anne-Cécile Martin

CONCENTRATIONS

Dominique Berlin, Jean-Mathieu Cot
Jacques Gunther, David Hull, David Tayar

AIDES D'ÉTAT

Jacques Derenne
Bruno Stromsky

PROCÉDURES

Pascal Cardonnel
Alexandre Lacresse
Christophe Lemaire

RÉGULATIONS

Hubert Delzangles
Emmanuel Guillaume
Francesco Martucci
Jean-Paul Tran Thiet

SECTEUR PUBLIC

Centre de Recherche en Droit Public
Jean-Philippe Kovar
Stéphane Rodrigues

JURISPRUDENCES EUROPÉENNES ET ÉTRANGÈRES

Florian Bien, Karounga Diawara
Pierre Kobel, Silvia Pietrini
Jean-Christophe Roda, Julia Xoudis

POLITIQUE INTERNATIONALE

Frédérique Daudret John
Marianne Faessel-Kahn
François Souty, Stéphanie Yon

Revue des revues

Christelle Adjémian, Emmanuel Frot
Alain Ronzano, Bastien Thomas

Bibliographie

Institut de recherche en droit international
et européen de la Sorbonne (IREDIÉS)

Revue Concurrences | *Review Concurrences*

	HT Without tax	TTC Tax included (France only)
<input type="checkbox"/> Abonnement annuel - 4 n° (version papier) <i>1 year subscription (4 issues) (print version)</i>	465 €	474,76 €
<input type="checkbox"/> Abonnement annuel - 4 n° (version électronique + e-archives) <i>1 year subscription (4 issues) (electronic version + e-archives)</i>	445 €	532,20 €
<input type="checkbox"/> Abonnement annuel - 4 n° (versions papier & électronique + e-archives) <i>1 year subscription (4 issues) (print & electronic versions + e-archives)</i>	695 €	831,22 €
<input type="checkbox"/> 1 numéro (version papier) <i>1 issue (print version)</i>	120 €	122,52 €

Bulletin électronique e-Competitions | *e-bulletin e-Competitions*

<input type="checkbox"/> Abonnement annuel + e-archives <i>1 year subscription + e-archives</i>	615 €	735,54 €
--	-------	----------

Revue Concurrences + bulletin e-Competitions | *Review Concurrences + e-bulletin e-Competitions*

<input type="checkbox"/> Abonnement annuel revue (version électronique + e-bulletin + e-archives) <i>1 year subscription to the review (online version + e-bulletin + e-archives)</i>	795 €	950,82 €
<input type="checkbox"/> Abonnement annuel revue (versions papier & électronique + e-bulletin + e-archives) <i>1 year subscription to the review (print & electronic versions + e-bulletin + e-archives)</i>	895 €	1070,42 €

Renseignements | *Subscriber details*

Nom-Prénom | *Name-First name*

e-mail

Institution | *Institution*

Rue | *Street*

Ville | *City*

Code postal | *Zip Code* Pays | *Country*

N° TVA intracommunautaire | *VAT number (EU)*

Formulaire à retourner à | *Send your order to*

Institut de droit de la concurrence

21 rue de l'Essonne - 45 390 Orville - France | contact: webmaster@concurrences.com

Conditions générales (extrait) | *Subscription information*

Les commandes sont fermes. L'envoi de la revue ou des articles de Concurrences et l'accès électronique aux bulletins ou articles de *e-Competitions* ont lieu dès réception du paiement complet. Tarifs pour licences monopostes; nous consulter pour les tarifs multipostes. Consultez les conditions d'utilisation du site sur www.concurrences.com ("Notice légale").

Orders are firm and payments are not refundable. Reception of Concurrences and on-line access to e-Competitions and/or Concurrences require full prepayment. Tarifs for 1 user only. Consult us for multi-users licence. For "Terms of use", see www.concurrences.com.

Frais d'expédition Concurrences hors France 30 € | 30 € extra charge for shipping outside France