

Université Paris IX-Dauphine

Magistère de Gestion
1ère année

MICROÉCONOMIE APPROFONDIE

II Les accords anti-concurrentiels entre firmes

Marc Isabelle
IMRI, bur. A702
Université Paris IX-Dauphine
pl. du M^{al} de Lattre de Tassigny
75775 PARIS cedex 16, France
<marc.isabelle@dauphine.fr>

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

A PRÉSENTATION

- Une question du ressort de l'économie industrielle

Économie industrielle = champ de la microéconomie qui s'intéresse spécifiquement aux entreprises

Pourquoi l'entreprise existe-t-elle ?

Quelles sont ses frontières ?

Comment s'organise-t-elle (en interne, avec ses partenaires) ?

Comment se comporte-t-elle dans un environnement concurrentiel ?

- stratégie d'investissement et de croissance,
- stratégie d'innovation,
- stratégie concurrentielle

C'est cette **étude des stratégies industrielles** qui nous intéresse ici, et plus spécifiquement la stratégie concurrentielle

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

A PRÉSENTATION

- Les marchés d'oligopole

Marchés d'oligopole = marchés sur lesquels un « petit » nombre d'entreprises sont en position d'offreurs (à apprécier au regard de l'intensité de la demande)

Les biens produits par les entreprises peuvent être homogènes (courant électrique) ou différenciés (automobiles)

La structure d'oligopole se situe entre les modèles polaires de monopole (un offreur) et de concurrence pure et parfaite (une infinité d'offreurs)

Très peu de marchés réels obéissent au modèle de CPP ou au modèle de monopole ; **la plupart des marchés réels ont une structure d'oligopole** (concentration mesurée par l'indice de Hirschman-Herfindahl $H = \sum p_i^2$; $H=1$ pour un monopole et $H \rightarrow 0$ pour la CPP)

Différence fondamentale avec CPP et monopole : **l'interaction stratégique**

Si une entreprise décide de modifier sa production, ses prix ou sa stratégie alors ses concurrents vont remarquer le changement et y réagir

Donc pour prendre une bonne décision (une décision optimale), **une entreprise en oligopole doit nécessairement anticiper les réactions de ses concurrentes à sa propre décision**

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

A PRÉSENTATION

- La concurrence érode les profits

Quand les entreprises sur un marché en oligopole se font concurrence (jeux non-coopératifs), quelle que soit la forme que cela prend, leurs profits diminuent

Spontanément, **les entreprises préfèrent donc essayer de s'entendre (jeux coopératifs) plutôt que de se faire concurrence**

Le meilleur accord possible consiste à se comporter comme un monopole (même prix de vente, même quantité globale offerte) ; les entreprises du cartel extraient alors le maximum de surplus du marché ; elles doivent ensuite s'entendre pour se le partager

Mais ces accords anti-concurrentiels entre entreprises se font au détriment des consommateurs et de l'intérêt général (hausse des prix, baisse des quantités offertes) ; c'est pourquoi ils sont interdits par la loi

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

B DIFFÉRENTES FORMES DE CONCURRENCE

- La concurrence par les prix : le paradoxe de Bertrand

Hypothèses : le bien est homogène ; les entreprises fixent leur prix de vente simultanément (pas de leader)

Résultat : le prix d'équilibre s'aligne sur le coût marginal

Paradoxe : il suffit qu'il y ait deux entreprises sur le marché pour supprimer tout pouvoir de monopole et obtenir le même résultat qu'en concurrence pure et parfaite = l'équilibre décentralisé de marché est socialement optimal (la main invisible fonctionne avec seulement deux entreprises)

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

B DIFFÉRENTES FORMES DE CONCURRENCE

• La concurrence par les prix : modélisation

- duopole symétrique avec la même fonction de coût $CT_1(q_1) = CT_2(q_2) = c \cdot q$
- fonction de demande $D(p) = 1-p$
- les consommateurs achètent à l'entreprise qui fixe le prix le moins élevé et se répartissent également entre les deux entreprises si leurs prix sont égaux

Les prix (p_1, p_2) étant fixés, le profit de l'entreprise 1 sera :

- 0 si $p_1 > p_2$
- $(p_1 - c) \cdot (1 - p_1) / 2$ si $p_1 = p_2$
- $(p_1 - c) \cdot (1 - p_1)$ si $p_1 < p_2$

Chaque entreprise a donc intérêt à vendre à un prix légèrement inférieur au prix de sa concurrente, s'octroyant ainsi la totalité du marché

Équilibre : $p_1^B = p_2^B = c$ $q_1^B = q_2^B = (1-c)/2$ $\Pi_1^B = \Pi_2^B = 0$ $S_c^B = (1-c)^2/2 = S_G^B$

Tous les échanges mutuellement avantageux sont épuisés ; **le surplus global est le maximum que l'on puisse extraire du marché** étant données les préférences des consommateurs et les technologies des producteurs

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

B DIFFÉRENTES FORMES DE CONCURRENCE

- La concurrence par les quantités : le duopole de Cournot

Hypothèses : le bien est homogène ; chaque entreprise choisit la quantité qu'elle vend en supposant que la quantité produite par sa concurrente est fixée ; les décisions sont prises simultanément (pas de leader)

Modèle adapté aux industries où les coûts fixes sont importants et les variations de capacité coûteuses et longues (ex. sidérurgie, industrie automobile, industrie pétrolière)

On calcule la meilleure réponse (Max Π) de chaque entreprise à la quantité produite par son concurrent ; l'équilibre du duopole s'obtient quand les quantités anticipée et réalisée coïncident ; aucune entreprise ne peut alors accroître son profit en déviant unilatéralement de la stratégie qu'elle choisit à l'équilibre

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

B DIFFÉRENTES FORMES DE CONCURRENCE

• La concurrence par les quantités : modélisation

Même marché que pour la concurrence en prix :

- duopole symétrique avec la même fonction de coût $CT_1(q_1) = CT_2(q_2) = c \cdot q$
- fonction de demande $D(p) = 1-p$

L'entreprise 1 choisit sa quantité produite q_1 de façon à maximiser son profit Π_1 étant donné le niveau \bar{q}_2 produit par sa concurrente :

$$\text{Max}_{q_1} [\Pi_1(q_1, \bar{q}_2) = (1 - q_1 - \bar{q}_2) \cdot q_1 - c \cdot q_1]$$

La condition de premier ordre donne :

$$\partial \Pi_1 / \partial q_1 = 1 - 2q_1^* - \bar{q}_2 - c = 0$$

d'où la fonction de réaction de l'entreprise 1 :

$$q_1^* = (1 - \bar{q}_2 - c) / 2$$

Idem entreprise 2

Équilibre de Cournot-Nash solution du système :

$$\begin{cases} q_1^c = (1 - q_2^c - c) / 2 \\ q_2^c = (1 - q_1^c - c) / 2 \end{cases}$$

$$\text{d'où} \quad q_1^c = q_2^c = (1-c)/3 \quad p^c = (1+2c)/3 \quad \Pi_1^c = \Pi_2^c = (1-c)^2/9 \quad S_c^c = 2 \times (1-c)^2/9 \quad S_e^c = 4 \times (1-c)^2/9$$

Par rapport à l'équilibre de Bertrand socialement optimal, la quantité offerte baisse et le prix augmente ($c < 1$)

⇒ **Cournot est un équilibre malthusien ; il engendre une perte de richesses sociales de $S_e^B - S_e^c = (1-c)^2/18$**

Les profits augmentent et le surplus des consommateurs diminue

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

C LA COLLUSION

- L'entente optimale : modélisation

Plutôt que de se faire concurrence, les entreprises peuvent s'entendre pour se partager le marché ; elles réduisent alors volontairement l'offre totale et s'entendent sur une répartition de la production permettant l'élévation du prix d'équilibre et l'accroissement des profits

Parmi tous les équilibres coopératifs possibles (optima de Pareto de l'oligopole), le mieux qu'elles puissent faire est de se comporter comme si elles formaient un monopole : c'est l'entente optimale

Les entreprises choisissent les quantités produites q_1 et q_2 de façon à maximiser la somme de leurs profits $\Pi_1 + \Pi_2$:

$$\text{Max}_{q_1, q_2} [\Pi_1(q_1, q_2) + \Pi_2(q_1, q_2) = (1 - q_1 - q_2) \cdot (q_1 + q_2) - c \cdot (q_1 + q_2)]$$

Les conditions de premier ordre donnent :

$$Rm(q_1^E + q_2^E) = Cm_1(q_1^E) = Cm_2(q_2^E)$$

soit

$$1 - 2(q_1^E + q_2^E) = c \quad \text{avec de plus } q_1^E = q_2^E$$

$$\text{d'où} \quad q_1^E = q_2^E = (1-c)/4 \quad p^E = (1+c)/2 \quad \Pi_1^E = \Pi_2^E = (1-c)^2/8 \quad S_c^E = (1-c)^2/8 \quad S_G^E = 3 \times (1-c)^2/8$$

L'équilibre d'entente optimale est encore plus malthusien que l'équilibre de Cournot ($c < 1$) ; il engendre une perte de richesses sociales de $S_G^B - S_G^E = (1-c)^2/8$

Le profit global extrait du marché est le plus élevé possible (hors possibilités de discriminer par les prix)

Si **les entreprises s'accordent** pour se comporter comme un monopole, elles accroissent leurs profits (+12,5% par rapport à Cournot dans le duopole étudié) ; elles **ont bien une incitation à s'entendre plutôt que de se faire concurrence**

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

C LA COLLUSION

- L'entente optimale : instabilité de l'équilibre atteint

On cherche à voir si une entreprise a intérêt à modifier sa décision de production une fois que l'équilibre d'entente optimale est atteint ; pour cela, on calcule son profit marginal qui indique si la vente d'une unité supplémentaire lui rapporte du profit

Le profit marginal de l'entreprise 1 vaut en toute généralité : $\partial \Pi_1 / \partial q_1 = 1 - 2q_1 - q_2 - c$
et à l'équilibre d'entente optimale, il vaut en particulier : (avec $1 - 2 \cdot (q_1^E + q_2^E) = c$) $\partial \Pi_1 / \partial q_1 (q_1^E, q_2^E) = q_2^E > 0$
donc l'entreprise 1 augmente son profit à la marge si elle augmente sa quantité offerte à la marge, ceteris paribus

donc une fois l'équilibre d'entente optimale atteint, chaque entreprise a intérêt à briser l'entente si elle pense que l'autre va la respecter \Rightarrow **l'équilibre d'entente optimale est instable** (comme tous les équilibres coopératifs d'ailleurs)

Concrètement, cette instabilité se manifeste le plus souvent par le fait que des partenaires de moindre importance dans les accords anti-concurrentiels profitent de leur position pour grignoter des parts de marché au détriment du leader, qui régule le cartel en s'ajustant à la baisse (ex. Opep et cartel du diamant, avec resp. l'Arabie Saoudite et De Beers dans le rôle de régulateur) ; un risque ultime est alors l'implosion du cartel (Opep en 1985 entraînant le contre-choc pétrolier, cartel du diamant au milieu des années 1990 entraînant un changement de stratégie de De Beers)

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

C LA COLLUSION

- Illustration de l'instabilité de l'entente optimale : un dilemme du prisonnier

Que se passe-t-il si les deux entreprises choisissent simultanément leur stratégie entre produire la quantité de l'équilibre de Cournot ou produire la quantité de l'équilibre d'entente optimale ?

Si l'entreprise 1 produit q_1^C et l'entreprise 2 produit q_2^E :

- l'offre globale vaut $Q = 7 \times (1-c)/12$ et le prix de marché vaut $p = (5+7c)/12$

- les profits valent $\Pi_1^{CE} = 5 \times (1-c)^2/36$ et $\Pi_2^{CE} = 5 \times (1-c)^2/48$

Équilibre de Nash (théorie des jeux) :

- si l'entreprise 2 produit q_2^C , la meilleure réponse de l'entreprise 1 est de produire q_1^C ($1/9 > 5/48$)

- si l'entreprise 2 produit q_2^E , la meilleure réponse de l'entreprise 1 est de produire q_1^C ($5/36 > 1/8$)

et symétriquement pour les meilleures réponses de l'entreprise 2 aux stratégies de l'entreprise 1

		Entreprise 1	
		q_1^C	q_1^E
Entreprise 2	q_2^C	$\Pi_1^C = (1-c)^2/9$ $\Pi_2^C = (1-c)^2/9$	$\Pi_1^{EC} = 5 \times (1-c)^2/48$ $\Pi_2^{EC} = 5 \times (1-c)^2/36$
	q_2^E	$\Pi_1^{CE} = 5 \times (1-c)^2/36$ $\Pi_2^{CE} = 5 \times (1-c)^2/48$	$\Pi_1^E = (1-c)^2/8$ $\Pi_2^E = (1-c)^2/8$

L'équilibre du jeu est donc l'équilibre de Cournot (personne n'a intérêt à en dévier de manière unilatérale) **alors que la meilleure solution pour les entreprises est l'équilibre d'entente optimale** (optimum de Pareto du duopole), qu'elles ont pourtant la possibilité de choisir

Il est donc nécessaire d'instaurer des mécanismes spécifiques pour maintenir la cohésion de l'entente : prise d'engagement irréversibles à coopérer, instauration d'un système de pénalité en cas de comportement opportuniste, contrainte extérieure (cf. infra limitation volontaire des exportations d'automobiles japonaises)

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

D ILLUSTRATIONS

• De Beers, le cartel du diamant : 1930-2000

(crédit à G. Le Blanc, CERNA, ENSMP)

Central Selling Organization formée en 1930, officiellement pour réduire les fluctuations du prix du diamant ; le CSO est dirigée par l'entreprise sud-africaine De Beers, qui représente à elle-seule plus d'un cinquième de la production mondiale

Cette domination a permis la stabilité du cartel et le maintien des prix pendant plus de 60 ans ; ce contrôle s'exerce par des stocks très importants (évalués en 2000 à 5,2 milliards \$)

Menace au milieu des années 1990 : concurrence accrue hors cartel (nouvelles mines australiennes, écoulement des stocks américains, ventes russes) ; le maintien de la discipline au sein du cartel devient de plus en plus difficile et coûteux ; le niveau de stocks hors-marché très élevé pèse sur la rentabilité de De Beers alors que les ventes augmentent fortement

Accord de stabilisation en 1996 : De Beers accepte d'écouler au moins 50% de la production russe et la Russie s'engage à ne pas exporter plus de 5% de ses nouvelles productions

2000 : De Beers annonce officiellement la fin du cartel et présente sa nouvelle stratégie de fournisseur « privilégié » plutôt que dominant ; logiquement, ce choix s'accompagne d'une réduction par deux de son stock de diamants accumulés ; parallèlement, De Beers prévoit d'accroître ses dépenses de publicité et incite les autres producteurs à faire de même (externalités positives)

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

D ILLUSTRATIONS

- La limitation volontaire des exportations d'automobiles par les constructeurs japonais dans les années 1980 (Crandall R., (1984): « Import Quotas and the Automobile Industry: The Cost of protectionism », The

Brookings Review, summer)

Durant les années 1980, les constructeurs automobiles japonais ont « volontairement » limité leurs exportations vers le marché américain ; le consommateur américain moyen a estimé qu'il s'agissait d'une grande victoire pour leur pays dans les négociations sur le commerce international

Aucun constructeur automobile japonais n'a tenté de tricher et d'augmenter ses exportations (en dépit de l'incitation économique) en raison des menaces de représailles du gouvernement américain

En raison de cette politique malthusienne de l'offre, les voitures japonaises importées furent vendues en 1984 à un prix supérieur d'environ 2500\$ à celui qui aurait prévalu sans limitation des exportations ; les voitures américaines ont aussi été vendues plus cher d'environ 1000\$

Suite à ces hausses de prix, les consommateurs américains ont payé environ 10 milliards de \$ en plus pour les véhicules japonais en 1985-1986 ; cet argent est allé directement dans la poche des constructeurs automobiles japonais, qui en ont profité pour augmenter leurs capacités de production et réduire leurs coûts

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

D ILLUSTRATIONS

• Collusion avec de nombreux acteurs : NASDAQ 1991-1993

(crédit à G. Le Blanc, CERNA, ENSMP)

Extrait de Viscusi et al., (2000) : Economics of Regulation and Antitrust, MIT Press, Cambridge, 3rd ed.

Contrairement à Wall Street où l'offre et la demande d'actions sont confrontées par enchères dans un lieu unique, le NASDAQ (entreprises technologiques) fonctionne comme un réseau de bourses ; chacune affiche un prix de vente et d'achat des titres

L'écart entre le prix de vente le plus bas et le prix d'achat le plus élevé forme le « inside spread » rémunérant leurs services (id. bureaux de change) ; concurrence entre les bourses pour obtenir les ordres d'achat et de vente des investisseurs ; écart minimum réglementé : $1/8$ \$

Étude académique d'économistes américains d'une centaine de valeurs en 1991 ; ils remarquent qu'il n'y a pas de prix affichés avec des multiples impairs de $1/8$

Hypothèse : entente pour éviter les multiples impairs (assurant $1/4$ \$ minimum)

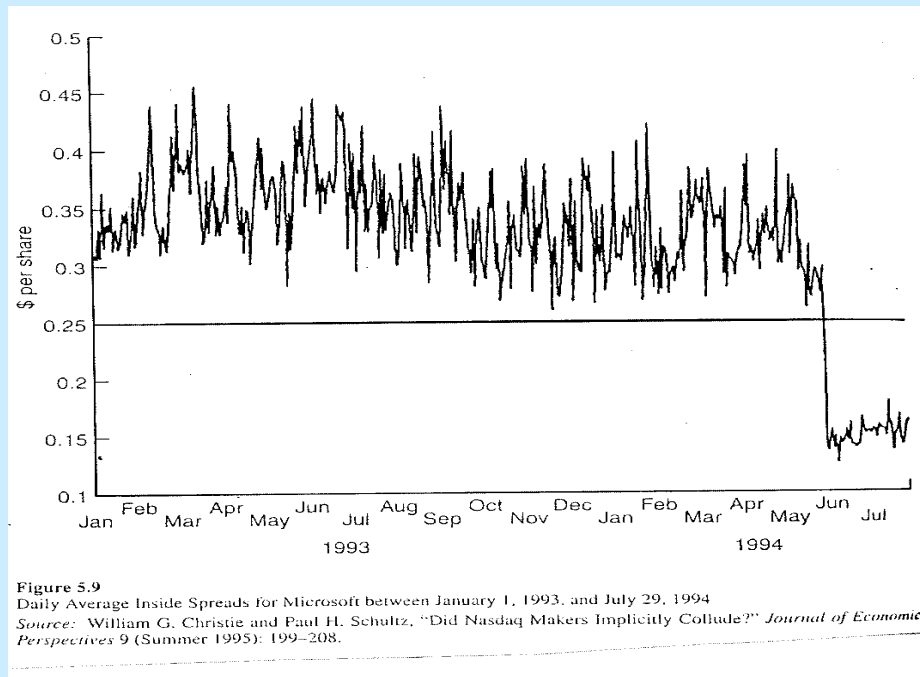
LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

D ILLUSTRATIONS

- Collusion avec de nombreux acteurs : NASDAQ 1991-1993

(crédit à G. Le Blanc, CERNA, ENSMP)

Publication des résultats dans le Los Angeles Times en mai 1994 ; dès le lendemain, le nombre de traders de l'action Microsoft qui affichaient seulement des multiples pairs de 1/8 passe de 41 à 1 !



Épilogue : poursuite de 37 traders du Nasdaq pour collusion fin 1994 ; en décembre 1997, ils acceptent de payer 1 milliard \$ contre l'arrêt des poursuites

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

E EXTENSION

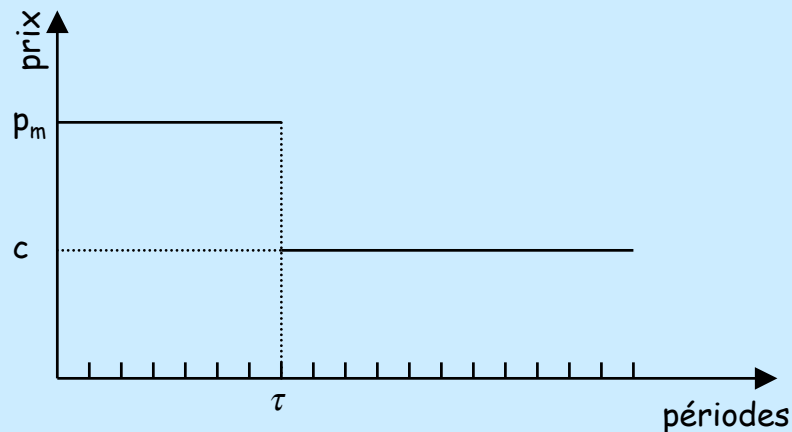
- La concurrence par les prix : stabilité d'une entente tacite

On considère une version dynamique du modèle de Bertrand (jeu à horizon infini) :

- au début de la période t , chaque entreprise fixe son prix de vente,
- à la fin de la période t , elle observe celui de sa concurrente et décide alors de son prix pour la période $t + 1$,
- et ainsi de suite...

Intuitivement, on anticipe qu'une stratégie possible est la coopération / punition :

- au début du jeu, les entreprises coopèrent et se comportent comme si elles étaient en monopole en fixant le prix p_m ad hoc ; cette entente tacite est maintenue tant qu'aucune ne baisse son prix,
- sinon l'entreprise réplique à sa concurrente qui a initié une guerre des prix et tarifie au coût marginal c



LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

E EXTENSION

- La concurrence par les prix : coopération ou opportunisme ?

Si une entreprise coopère toujours ($\tau = \infty$), son flux de profits actualisé vaudra :

$\Pi_{\text{coop}} = 1/2 \cdot \pi_m \cdot [1 + \delta + \delta^2 + \dots] = 1/2 \cdot \pi_m / (1 - \delta)$
où π_m est le profit de monopole par période $\{\pi_m = D(p_m) \cdot (p_m - c)\}$ et δ est le coefficient d'actualisation ($\delta < 1$)

Si une entreprise se comporte de manière opportuniste à la date τ (elle vend à un prix juste inférieur à p_m de façon à drainer toute la demande du marché), son flux de profits actualisé vaudra :

$\Pi_{\text{opp}} = 1/2 \cdot \pi_m \cdot [1 + \delta + \delta^2 + \dots + \delta^{\tau-2}] + \pi_m \cdot \delta^{\tau-1} + 0 \cdot [\delta^\tau + \dots] = 1/2 \cdot \pi_m \cdot (1 + \delta^{\tau-1} - 2\delta^\tau) / (1 - \delta)$

Il est toujours plus profitable de coopérer que d'être opportuniste ssi $\Pi_{\text{coop}} \geq \Pi_{\text{opp}} \quad \forall \tau$, ce qui est vérifié ssi $\delta \geq 1/2$

L'entente tacite qui conduit les entreprises à pratiquer un prix de monopole plutôt que de se faire concurrence en prix est stable si le futur a suffisamment de poids par rapport au présent, en vertu de quoi perdre un flux infini de demi-profit de monopole dès demain coûte plus que ne rapporte le fait de s'accaparer la totalité du profit de monopole aujourd'hui

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

• Pour en savoir plus...

Union Internationale des Télécommunications, (2003) : « La politique de la concurrence dans le secteur des télécommunications »

<http://www.itu.int/itu-news/issue/2003/01/policy1-fr.html>

(Estrier-Faré-Laville ; Imbault-Lullier-Pasco)

La tendance est à l'intensification de la concurrence sur les marchés des télécommunications ; mais l'absence d'une politique appropriée en matière de concurrence peut se traduire par des pratiques anticoncurrentielles ; les diverses dispositions prises notamment dans le domaine du droit de la concurrence sont donc fondamentales si l'on veut préserver une concurrence efficace ; les accusations de comportement anticoncurrentiel sont identifiées dans le secteur des télécommunications et tout particulièrement dans le sous-secteur des communications mobiles

Ministère des Affaires Étrangères et du Commerce International du Canada, (?) : « Accord de libre-échange Canada-Costa Rica. Politique de concurrence »

<http://www.dfait-maeci.gc.ca/tna-nac/11-fr.asp>

(Bouzekri-Guilherme-Vincent ; Blandin-Legrand-Veyrac)

Dans le cadre de l'accord de libre-échange entre le Canada et le Costa-Rica, l'objectif, les principes et les moyens d'une politique de la concurrence coordonnée entre les deux pays sont définis afin que les avantages attendus de la libéralisation des échanges ne soient pas minés par des arrangements anticoncurrentiels

Monti M., (2000) : « Discours d'ouverture de la seconde Journée européenne de la concurrence », 17 octobre

(Blandin-Legrand-Veyrac ; Croizé-Lepetit-Ritter)

http://www.finances.gouv.fr/DGCCRF/concurrence/europe171000_monti.htm

M. Monti est le Commissaire européen pour la concurrence ; le jeu de la concurrence améliore le pouvoir d'achat des consommateurs car les entreprises doivent leur proposer des biens & services de qualité au meilleur prix ; pour cela, il faut qu'elles soient libres de fixer leurs prix ; c'est pourquoi les accords anticoncurrentiels sont interdits, les plus néfastes étant les accords sur les prix (cartels) ; les cartels condamnés par la Commission Européenne concernent souvent des produits industriels comme le carton, l'acier, le ciment et les conduites de chauffage urbain...

Verbiest T., (2002) : « Vente de voitures par l'internet et droit de la concurrence », Le Journal du Net, 21 août

(Abouyoub-Brossolet-Lange)

<http://www.journaldunet.com/juridique/juridique020821.shtml>

La Commission européenne a décidé d'adopter une réforme des règles de concurrence applicables au secteur automobile, en relation avec l'avènement de l'euro et la montée en puissance du commerce électronique qui redéfinissent les frontières des marchés ; le nouveau règlement offre le choix aux constructeurs automobile entre distribution sélective ou distribution exclusive et introduit la distinction entre ventes actives et ventes passives

Varii Auctores., (2000) : « Conquête de la clientèle et droit de la concurrence : Actualités et perspectives françaises, allemandes, communautaires et américaines », Actes du colloque du Creda, 6 décembre

(Cambournac-Chevalier-Lestang)

<http://193.149.96.28/creda/colloque/14client/14-06acl.pdf>

Si deux entreprises souhaitent entrer dans un mécanisme de coopération et si ces entreprises sont sur le même marché, toute une série de questions vont se poser en matière de droit de la concurrence ; alors que si ces deux entreprises se situent sur des marchés distincts, il n'y aura aucun problème ; la définition même du marché pertinent est donc primordiale mais elle est en même temps très difficile

LES ACCORDS ANTI-CONCURRENTIELS ENTRE FIRMES

• Pour en savoir plus... (suite)

MaXoEGAMES, (2002) : « Nintendo condamné à payer 150 millions d'euros »

(Blandin-Legrand-Veyrac)

<http://www.maxoegames.com/rnews.shtml?5843>

Nintendo et sept de ses distributeurs européens ont été reconnus coupables d'avoir compartimenté le marché européen et bloqué les importations parallèles, des pratiques en désaccord total avec les directives européennes sur la libre concurrence et le marché unique ; grâce à ces pratiques, Nintendo imposait des différences de prix dans les zones de découpage pouvant aller jusqu'à 70% ; la condamnation ne s'est pas fait attendre : 149 millions d'euros à payer pour Nintendo et plus de 21 millions pour les distributeurs situés en Angleterre, au Benelux, en Italie, en Grèce, en Suède et au Portugal

Conseil de la concurrence, (2002) : Quinzième rapport d'activité

(DaLapa-Fourier-Robert)

<http://www.finances.gouv.fr/conseilconcurrence/activites/2001/rap01p1.htm#p1t4ch21>

Le cartel des formules de titre-restaurant est un exemple de pratique sanctionnée par le Conseil de la Concurrence : Accor, Chèque-déjeuner et Sodexo, qui détiennent à eux trois 94% du marché français des titres-restaurant, ont fixé en commun leurs tarifs de commission, ont entravé l'accès de concurrents au marché et se sont concertés pour se partager le marché ; ces entreprises ont été condamnées respectivement à des amendes de 305 k€, 381 k€ et 305 k€

Agence d'information des États-Unis, (1999) : « Étude de cas : l'affaire 'Nippon Paper' », Perspectives économiques, 4(1), p. 40-41

(DaLapa-Fourier-Robert)

<http://usembassy.state.gov/paris-ars/wwwfec06.pdf>

Dans l'affaire « Nippon Paper », le ministère américain de la justice a intenté une action contre une entreprise japonaise pour une entente de prix qui a eu lieu entièrement à l'extérieur des États-Unis, mais qui a provoqué une augmentation de 10% du prix du papier pour télécopieurs vendu aux États-Unis ; toutefois, la question de la compétence territoriale du juge a soulevé de vifs débats

Condomines A., (2001) : « Transport aérien et droit de la concurrence en Europe et aux USA », Jurismag, septembre

(Aubagnac-Basquin-Younes)

www.jurismag.net/articles/article-airlines.htm

La Commission européenne et l'administration américaine ont récemment eu à appliquer le droit de la concurrence à différentes pratiques commerciales dans le secteur du transport aérien ; le raisonnement juridique est souvent similaire de part et d'autre de l'Océan Atlantique ; en Europe comme aux États-Unis, l'entente sur les prix entre concurrents est généralement considérée comme l'un des comportements interdits les plus graves ; mais la mise en oeuvre de systèmes centralisés de réservation et l'établissement d'alliances entre compagnies aériennes peuvent aussi constituer des infractions