

# POLITIQUE DE LA CONCURRENCE

*Patrick Rey*

*Institut d'Economie Industrielle*

La politique de la concurrence affecte quotidiennement les entreprises et leurs clients. Ses grands axes sont :

- les accords inter-entreprises : cela comprend bien sûr la lutte contre les cartels (des mobiles aux farines animales...) mais concerne aussi les accords de partenariat tant horizontaux (recherche et développement, ...), que verticaux (franchise, sous-traitance, ...)
- les abus de position dominante : il s'agit notamment des abus d'exclusion, tels que les cas de fermeture du marché (Microsoft) ou de prédation (décision récente du Conseil de la Concurrence contre GlaxoSmithKline), mais cela peut aussi concerner les abus dits d'exploitation : prix excessifs, discrimination ;
- les concentrations, tant horizontales (fusion entre CanalSat et TPS dans la TV par satellite), conglomérales (General Electric/Honeywell) que verticales (tels que le rachat d'entrepôts-grossistes par les brasseurs comme Kronenbourg, Heineken ou Interbrew) sont également soumises au contrôle des autorités de la concurrence.

L'exposé décrira d'abord brièvement les « règles du jeu » (traité européen, code de commerce) et les acteurs chargés de les faire respecter (Commission européenne, Conseil de la Concurrence, DGCCRF, tribunaux, cours d'appel et de cassation) ; il portera ensuite sur les grands principes déterminant l'action des autorités de la concurrence en les illustrant par quelques cas récents français et communautaires.