

CHAPITRE IV : LA POSITION DU DROIT DE LA CONCURRENCE

La relation marché – concurrence occupe une place importante dans la constitution et la consolidation de l'Union Européenne¹. Depuis la fin des années 90, la *Direction Générale de la Concurrence* (DGC) a limité ses interventions à 5 domaines clairement circonscrits (les lois anti-trusts et les cartels ; les fusions ; les libéralisations ; les aides publiques ; les aspects internationaux) afin d'intensifier la concurrence et procurer des avantages concrets aux consommateurs européens. Les principes de concurrence retenus s'appuient sur la notion de marché pertinent et de convergence de prix. Le secteur automobile fait l'objet depuis maintenant près de 4 ans, de toute l'attention des autorités européennes.

I. DOMAINE D'INTERVENTION DE LA DGC

Le Traité instituant la Communauté Européenne (TCE) dissocie les règles applicables aux entreprises et celles applicables aux Etats. Cinq domaines d'intervention ont été ainsi confiés à la Direction Générale de la Concurrence : les lois anti-trusts et les cartels ; les fusions ; les libéralisations ; les aides publiques ; les aspects internationaux.

A. Les lois anti-trust et les cartels

La concurrence est présentée comme un mécanisme essentiel de l'économie de marché ; un moyen simple et efficient de garantir aux consommateurs un niveau satisfaisant de prix et de qualité des biens et services. Pour être effective, la concurrence suppose que le marché est composé d'offreurs indépendants, chacun étant sujet à la pression concurrentielle des autres offreurs. Les articles 81 et 82 forment les deux grands piliers du droit communautaire de la concurrence applicable aux entreprises privées.

- L'article 81 du Traité précise que les accords restreignant la concurrence, sont interdits. Ce qui est le cas par exemple des accords en matière de fixation des prix et des cartels.

1. Sont incompatibles avec le marché commun et interdits tous accords entre entreprises, toutes décisions d'associations d'entreprises et toutes pratiques concertées, qui sont susceptibles d'affecter le commerce entre États membres et qui ont pour objet ou pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence à l'intérieur du marché commun, et notamment ceux qui consistent à:

- a) fixer de façon directe ou indirecte les prix d'achat ou de vente ou d'autres conditions de transaction ;*
- b) limiter ou contrôler la production, les débouchés, le développement technique ou les investissements ;*
- c) répartir les marchés ou les sources d'approvisionnement ;*
- d) appliquer, à l'égard de partenaires commerciaux, des conditions inégales à des prestations équivalentes en leur infligeant de ce fait un désavantage dans la concurrence ;*
- e) subordonner la conclusion de contrats à l'acceptation, par les partenaires, de prestations supplémentaires qui, par leur nature ou selon les usages commerciaux, n'ont pas lien avec l'objet de ces contrats*

2. Les accords ou décisions interdits en vertu du présent article sont nuls de plein droit.

3. Toutefois, les dispositions du paragraphe 1 peuvent être déclarées inapplicables – à tout accord ou catégories d'accords entre entreprises ; à toute décision ou catégories de décisions d'associations d'entreprises ; à toute pratique concertée ou catégorie de pratiques concertées – qui contribuent à

¹ Nous limiterons notre analyse à l'Union européenne, toutefois, chaque Etat possède une direction de la concurrence (DGCRF en France) chargée de faire respecter des pratiques commerciales justes et efficientes.

améliorer la production ou la distribution des produits ou à promouvoir le progrès technique ou économique, tout en réservant aux utilisateurs une partie équitable du profit qui en résulte, et sans:

(a) imposer aux entreprises intéressées des restrictions qui ne sont pas indispensables pour atteindre ces objectifs;

(b) donner à des entreprises la possibilité, pour une partie substantielle des produits en cause, d'éliminer la concurrence.

Bien que la distinction ne soit pas facile, la commission européenne dissocie l'entente de la pratique concertée. **Une entente** est un accord entre entreprises destiné à limiter ou à éliminer la concurrence s'exerçant entre elles, dans le but d'augmenter les prix et les bénéfices des entreprises participantes, sans produire d'avantages compensatoires objectifs. Dans la pratique, les ententes consistent à fixer les prix, à limiter la production, à partager les marchés, à attribuer des clients ou des territoires, à manipuler des procédures d'appel d'offres ou plusieurs de ces éléments en même temps. Les ententes sont préjudiciables aux consommateurs et à la société dans son ensemble du fait que les entreprises impliquées appliquent des prix plus élevés que sur le marché concurrentiel. **La pratique concertée** est une coordination entre entreprises qui n'a pas été poussée jusqu'à la réalisation d'un accord proprement dit. Il peut s'agir d'une prise de contact directe ou indirecte entre entreprises dont l'intention ou l'effet est soit d'influer sur le comportement du marché, soit de faire connaître aux concurrents le comportement qu'elles entendent adopter à l'avenir.

Une vaste politique globale a été mise en œuvre à l'égard des ententes et pratiques concertées. Certains types d'accords sont interdits, pratiquement sans exception. Tel est le cas des ententes horizontales ou verticales fixant directement ou indirectement les prix; des accords sur les conditions de vente; des accords tendant à isoler des segments du marché, tels que ceux portant sur des réductions de prix ou visant à interdire, à limiter ou, au contraire, à favoriser des importations ou des exportations; des accords sur des quotas de production ou de livraison; des accords concernant des investissements; des bureaux de vente communs; des ententes de répartition de marché; des marchés collectifs exclusifs; des ententes entraînant des discriminations de partenaires commerciaux; du boycott collectif; des accords d'autolimitation, dont le but est de renoncer à certains actes de concurrence.

L'interdiction énoncée par l'article 81 (paragraphe 1) du TCE s'applique aussi bien aux accords horizontaux qu'aux accords verticaux. **Les accords horizontaux** sont des accords entre concurrents réellement actifs ou potentiels - c'est-à-dire entre entreprises se trouvant au même niveau de la chaîne de production ou de distribution - portant par exemple sur la recherche et le développement, la production, les achats ou la commercialisation. Les accords horizontaux peuvent restreindre la concurrence, notamment lorsqu'ils prévoient la fixation de prix ou le partage de marchés, ou encore lorsque le pouvoir de marché découlant de cette coopération horizontale produit des effets négatifs sur les prix, la production, l'innovation ou la diversité, et la qualité des produits. Par ailleurs, une coopération horizontale peut être un moyen de partager les risques, de réaliser des économies de coûts, de mettre en commun un savoir-faire et de lancer plus rapidement des innovations sur le marché. Les accords verticaux sont des accords ou des pratiques concertées conclus entre deux ou plus de deux entreprises dont chacune opère, aux fins de l'accord, à un niveau différent de la chaîne de production ou de distribution, et qui concernent les conditions dans lesquelles les parties peuvent acheter, vendre ou revendre certains biens ou services.

Le paragraphe 3 de l'article 81 du TCE énonce les conditions dans lesquelles certains types d'accords peuvent bénéficier d'une exemption à l'interdiction générale prévue par l'article 81, (paragraphe 1). Il existe, par exemple, des règlements d'exemption par catégorie pour

certaines catégories d'accords verticaux, tels que les règlements sur les accords de fourniture et de distribution ; les accords de distribution automobile. Il existe également des règlements d'exemption par catégorie pour certaines catégories d'accords horizontaux, tels que les règlements sur les accords de transfert de technologie ; les accords de spécialisation ; les accords de recherche et de développement ; aussi bien que pour d'autres types d'accords, comme par exemple dans le secteur des assurances.

- L'article 82 du Traité stipule que les firmes ne doivent pas abuser d'une position dominante. C'est le cas notamment des politiques de prix de prédation susceptibles d'éliminer les concurrents d'un marché.

Est incompatible avec le marché commun et interdit, dans la mesure où le commerce entre États membres est susceptible d'en être affecté, le fait pour une ou plusieurs entreprises d'exploiter de façon abusive une position dominante sur le marché commun ou dans une partie substantielle de celui-ci. Ces pratiques abusives peuvent notamment consister à :

- (a) imposer de façon directe ou indirecte des prix d'achat ou de vente ou d'autres conditions de transaction non équitables;*
- (b) limiter la production, les débouchés ou le développement technique au préjudice des consommateurs;*
- (c) appliquer à l'égard de partenaires commerciaux des conditions inégales à des prestations équivalentes, en leur infligeant de ce fait un désavantage dans la concurrence;*
- (d) subordonner la conclusion de contrats à l'acceptation, par les partenaires, de prestations supplémentaires qui, par leur nature ou selon les usages commerciaux, n'ont pas de lien avec l'objet de ces contrats.*

Une position dominante est une situation de puissance économique détenue par une entreprise, lui donnant le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective sur le marché en cause. Elle met l'entreprise qui en bénéficie en mesure d'influencer notablement les conditions dans lesquelles cette concurrence se développera et de se comporter sans devoir en tenir compte. Il y a **abus de position dominante** quand le comportement de l'entreprise en question est de nature à influencer la structure ou le degré de concurrence du marché concerné, même si un tel comportement est favorisé par une disposition législative nationale. La position dominante s'apprécie sur l'ensemble du marché communautaire ou, tout au moins, sur une portion substantielle de celui-ci. L'étendue du marché à prendre en considération dans un cas donné tiendra cependant compte des caractéristiques du produit, des produits substituables et aussi de la perception des consommateurs.

Contrairement à l'article 81 du TCE, l'article 82 ne connaît ni dérogation individuelle ni exemption par catégorie. Depuis 1962, le règlement n° 17 du Conseil du 6 février 1962 a constitué la réglementation de base pour l'application de la législation anti-trust. Ce règlement a mis en place un système de contrôle caractérisé par une compétence exclusive de la Commission quant à l'autorisation d'accords restrictifs de la concurrence remplissant les conditions de l'article 81, paragraphe 3 du traité CE. Ceci a conduit les sociétés à notifier une multitude d'accords et a compromis les efforts tendant à promouvoir une application rigoureuse et décentralisée des règles de concurrence. Dans le but de simplifier les formalités administratives à l'encontre des entreprises et de permettre à la Commission de mener à terme une action plus efficace contre les infractions graves aux règles de la concurrence, la Commission a entamé, avec la publication du Livre blanc de 1999, un long processus de réforme qui s'est caractérisé par la publication du règlement n° 1/2003 du Conseil, du 16 décembre 2002. Ce règlement, remplaçant à partir du 1er mai 2004 le règlement (CEE) n° 17/62, réalise le passage d'un système de contrôle centralisé à un système d'exception légale, comportant une application décentralisée des règles de concurrence (pour plus d'information sur la réforme de la législation anti-trust, voir infra).

B. Les fusions

La Commission européenne s'est focalisée sur l'impact des fusions sur la concurrence. Une concentration d'entreprises pouvant créer ou renforcer une position dominante², un contrôle a priori sur les opérations de fusion, a vu le jour.

Le traité CEE n'ayant rien prévu à cet égard, la jurisprudence de la Cour de justice a toujours cherché à combler ce vide. Dans l'arrêt "*Continental Can*" de 1973, la Cour avait jugé qu'il y avait abus de position dominante lorsqu'une entreprise détenant déjà une telle position, la renforçait en acquérant une entreprise concurrente. En 1987, dans l'affaire "*BAT-Philip Morris*", la Cour alla jusqu'à admettre qu'en l'absence d'une position dominante, une telle acquisition pouvait être sanctionnée comme constitutive d'une entente anticoncurrentielle sur la base de l'article 81. Cependant, ce système ne permettait qu'un contrôle *a posteriori*. Dès 1973, la Commission a proposé l'adoption d'une réglementation formelle. Celle-ci n'a pu toutefois être adoptée par le Conseil qu'en 1989 sous la forme du règlement n°4064/89 du 21 décembre 1989. Ce règlement établit le critère de **position dominante**, selon lequel « *les opérations de concentration de dimension communautaire, qui créent ou renforcent une position ayant comme conséquence qu'une concurrence effective dans le marché commun ou une partie substantielle de celui-ci est entravée de manière significative doivent être déclarées incompatibles avec le marché commun* ». On parle de concentration lorsqu'une entreprise acquiert le contrôle exclusif d'une autre entreprise ou d'une entreprise qu'elle contrôlait en commun avec une autre entreprise, ou lorsque plusieurs entreprises prennent le contrôle d'une entreprise ou en créent une nouvelle.

Plus de dix ans après l'entrée en vigueur du règlement sur le contrôle des concentrations, la Commission a lancé avec la publication du Livre vert (2001), un débat de grande ampleur sur la réforme du régime de contrôle des concentrations. En effet, face à un degré accru de concentration industrielle du système économique, le règlement sur les concentrations, axé sur le principe du « guichet unique », permettant à la Commission un contrôle exclusif sur toute fusion transfrontalière importante, commençait à être dépassé. Il était nécessaire de réaliser le « principe de subsidiarité » et d'impliquer davantage les autorités et juridictions nationales de concurrence dans l'Union européenne (UE). Entré en vigueur le 1er mai 2004, en même temps que l'élargissement de l'Union européenne, le nouveau règlement sur le contrôle des concentrations, le règlement (CE) n° 139/2004, encourage la participation des autorités nationales de la concurrence et simplifie la procédure de notification et d'enquête. Il englobe également tous les effets anticoncurrentiels associés aux situations de duopole (décisions de la Cour dans les affaires *Kali et Salz/MdK* et *Gencor/Lonrho*) et de « position dominante collective » ou oligopoles (*Airtours/First Choice*).

La réforme du règlement n° 4046/89 porte sur les éléments novateurs suivants :

- la clarification du critère de fond pour l'analyse des concentrations ;
- la rationalisation des délais de notification introduisant la possibilité de notifier une opération avant que celle-ci ne fasse l'objet d'un accord contraignant entre les parties ainsi que la suppression de l'obligation de notifier dans la semaine durant laquelle cet accord contraignant a été conclu ;
- la simplification du système de renvoi de la commission aux autorités nationales ou inversement ;

² La situation de position dominante est déclarée incompatible avec l'idée du marché commun : « *A concentration which would significantly impede effective competition, in the common market or in a substantial part of it, in particular by the creation or strengthening of a dominant position, shall be declared incompatible with the common market* » (DGC).

- l'assouplissement du calendrier des enquêtes avec la possibilité d'étendre de trois semaines le délai des parties pour soumettre leurs solutions, et avec l'accord des parties, une extension de quatre semaines pourra être accordée pour permettre à la Commission un examen approfondi ;
- le renforcement des pouvoirs d'enquête de la Commission pour qu'elle puisse recueillir plus facilement les renseignements dont elle a besoin pour infliger des amendes plus élevées aux compagnies qui lui font obstruction.

1. Champ d'application du règlement CE n° 139/2004

Le règlement s'applique à toutes les « concentrations » de « dimension communautaire ». Une « concentration » est réputée réalisée lorsqu'un changement durable du contrôle résulte :

- * de la fusion de deux ou plusieurs entreprises ou parties d'entreprises antérieurement indépendantes ;
- * de l'acquisition directe ou indirecte, par une ou plusieurs personnes (détenant déjà le contrôle d'une entreprise au moins) ou par plusieurs entreprises qui acquièrent le contrôle d'une ou de plusieurs autres entreprises.

Les opérations de concentration multiples, subordonnées l'une à l'autre ou étroitement liées, sont considérées constituer une seule concentration. ***Une concentration acquiert une « dimension communautaire » :***

- lorsque le chiffre d'affaires total réalisé sur le plan mondial par l'ensemble des entreprises concernées représente un montant supérieur à 5 milliards d'euros et,
- lorsque le chiffre d'affaires total réalisé individuellement dans l'UE par au moins deux des entreprises concernées représente un montant supérieur à 250 millions d'euros, à moins que chacune des entreprises concernées réalise plus des deux tiers de son chiffre d'affaires total dans l'UE à l'intérieur d'un seul et même État membre.

Si les seuils précités ne sont pas atteints, on évoque également la concentration de dimension communautaire, si :

- le chiffre d'affaires total réalisé sur le plan mondial par l'ensemble des entreprises concernées représente un montant supérieur à 2,5 milliards d'euros ;
- dans chacun d'au moins trois États membres, le chiffre d'affaires total réalisé par toutes les entreprises concernées est supérieur à 100 millions d'euros ;
- dans chacun d'au moins trois États membres, le chiffre d'affaires total réalisé individuellement par au moins deux entreprises concernées est supérieur à 25 millions d'euros ;
- le chiffre d'affaires total réalisé individuellement dans l'UE par au moins deux des entreprises concernées représente un montant supérieur à 100 millions d'euros, à moins que chacune des entreprises concernées réalise plus de deux tiers de son chiffre d'affaires total dans l'UE à l'intérieur d'un seul et même État membre.

Le chiffre d'affaire n'est pas le seul critère pour identifier les concentrations de dimension européenne. Un autre critère, appelé critère du « type 3+ », prévoit une compétence communautaire exclusive de la Commission lorsque tous les États membres ou au moins trois d'entre eux formulent une demande de renvoi à la Commission. Dans une Union européenne élargie à 25 États membres, le renforcement du principe du guichet unique, tel que celui mis en place par le présent règlement à travers la nouvelle procédure de pré-notification, présente l'avantage non négligeable de simplifier la procédure et réduire les cas de notifications multiples. Il existe également d'autres critères qui accompagnent le nouveau critère de renvoi aux autorités compétentes des États membres. Un État membre peut maintenant informer la Commission du fait qu'une concentration, bien que de « dimension communautaire », affecte ou menace d'affecter de manière significative la concurrence effective dans un marché spécifique à l'intérieur d'un État membre. Ce système de renvoi aux autorités nationales pour

la concurrence vise à permettre un examen de la concentration au niveau le mieux placé pour en apprécier les effets potentiels. L'objectif de cet examen est de vérifier la compatibilité d'une concentration de dimension européenne avec le marché commun, c'est-à-dire savoir si la concentration crée ou renforce une position dominante entravant de manière significative une concurrence effective sur le marché.

2. Procédure de notification

Suivant la règle générale, les concentrations de dimension communautaire doivent être notifiées à la Commission avant leur réalisation et après la conclusion de l'accord, de l'offre publique d'achat ou d'échange ou d'acquisition d'une participation de contrôle. Toutefois, le règlement CE 139/2004, cherchant à rationaliser les délais de la notification des projets de concentrations à la Commission, permet la notification avant la conclusion d'un accord contraignant et supprime l'obligation de notifier les opérations dans un délai d'une semaine suivant la conclusion de l'accord. Ceci permet non seulement d'assouplir le système mais également de faciliter la coordination des enquêtes en matière de concentrations avec les autres systèmes juridictionnels.

Afin d'améliorer la coordination avec les autorités nationales compétentes, le règlement CE 139/2004 introduit la possibilité pour les personnes ou les entreprises concernées d'informer la Commission, au moyen d'un mémoire motivé, avant la présentation de la notification. Cette procédure, dite de pré-notification, donne la possibilité aux parties de démontrer à la Commission que la concentration proposée, bien qu'aboutissant à une concentration de dimension transfrontalière, affecte la concurrence sur le marché d'un État membre. Si, dans un délai de quinze jours ouvrables suivant la réception du mémoire, l'État membre visé dans le mémoire motivé n'exprime pas son désaccord sur la demande de renvoi de l'affaire, la Commission a vingt-cinq jours ouvrables à compter de la réception du mémoire motivé pour renvoyer tout ou partie de l'affaire aux autorités compétentes de cet État membre en vue de l'application du droit national de la concurrence de cet État.

La même procédure s'applique lorsqu'une personne ou une entreprise désire attirer l'attention de la Commission sur les effets transfrontaliers qu'une concentration, qui n'a pas de dimension communautaire, pourrait avoir au niveau européen. Dans ce cas, la demande est réputée acceptée, si, dans le délai de quinze jours ouvrables suivant la réception du mémoire motivé, la Commission ne l'a pas expressément rejetée. Si aucun des États membres concernés n'a exprimé son désaccord, la concentration est réputée avoir une dimension communautaire. Ceci permet aux parties concernées de bénéficier du guichet unique et d'effectuer la notification exclusivement à la Commission, plutôt qu'à au moins trois États membres. En outre, mais c'était déjà le cas avec le précédent règlement, un État membre peut renvoyer à la Commission l'examen d'une concentration si elle affecte la concurrence d'une manière significative sur au moins un marché national. Ce mémoire motivé, transmis par la Commission dans les plus brefs délais à tous les États membres, permettra de mener l'enquête au niveau le mieux placé. En considération de la relative complexité de la procédure, la Commission s'engage à en faire rapport au Conseil avant le 1er juillet 2009.

3. Engagement de la procédure

Suite à la réception de la notification, la Commission dispose de plusieurs pouvoirs de décision nécessaire pour engager la procédure, mener des enquêtes et imposer des sanctions. Tout d'abord, on constate, par voie de décision, si :

- la concentration notifiée relève du présent règlement ;
- la concentration est compatible avec le marché commun;
- la concentration soulève des doutes sérieux quant à sa compatibilité.

Une concentration de dimension communautaire ne peut en principe être réalisée ni avant d'être notifiée, ni pendant un délai de trois semaines suivant sa notification. Si, par contre, une concentration a déjà été réalisée et est déclarée incompatible avec le marché commun, la Commission peut ordonner aux entreprises concernées de défaire la concentration ou d'adopter toute autre mesure appropriée afin de rétablir la situation antérieure à la réalisation de la concentration. La Commission peut également imposer des mesures provisoires lorsqu'elle constate qu'une concentration notifiée, bien que relevant du présent règlement, ne soulève pas des doutes sérieux de compatibilité avec le marché commun ou lorsqu'une simple modification suffirait à rendre la concentration compatible avec le marché commun. Par contre, lorsqu'une concentration soulève des doutes sérieux quant à sa compatibilité avec le marché, la Commission peut demander aux personnes ou aux entreprises concernées de fournir des renseignements supplémentaires et, le cas échéant, effectuer des inspections approfondies *sur place*. La Commission pourra cependant demander d'apporter les modifications nécessaires pour rendre ladite concentration compatible avec le marché commun.

La Commission peut, par simple demande ou par voie de décision, demander aux parties concernées de fournir des renseignements supplémentaires, sachant que toute information recueillie est couverte par le secret professionnel. La Commission peut également décider d'effectuer des inspections. Sur production d'un mandat écrit, les agents et autres personnes mandatés par la Commission peuvent :

- accéder à tous les locaux, terrains et moyens de transport ;
- contrôler et prendre copie des livres et d'autres documents en rapport avec l'activité ;
- apposer des scellés sur tous les locaux, les livres ou les documents en rapport avec l'activité ;
- demander à tout représentant de l'entreprise des explications sur les faits et les documents en rapport avec l'activité.

Lorsqu'une entreprise s'oppose à une inspection, les agents mandatés peuvent s'adresser aux autorités de l'État membre concerné pour recevoir l'assistance adéquate, au besoin même de l'usage de la force publique. À l'occasion des inspections, les agents mandatés agissent dans le respect de la législation nationale.

Le règlement CE 139/2004 permet également à la Commission d'assouplir le calendrier des enquêtes en matière de concentrations par l'ajout de trois semaines supplémentaires au délai suivant la présentation d'une mesure corrective (ce qui fait un total de quatre-vingt dix jours ouvrables), ce qui laisse plus de temps pour bien examiner les mesures correctives et consulter les États membres. Afin de permettre un examen approfondi, le règlement prévoit en outre une prorogation du délai d'un maximum de quatre à trois semaines selon que la demande est faite par les parties notifiantes (ou la Commission avec l'accord des parties notifiantes) ou lorsque les entreprises proposent des mesures correctives après le 54^e jour ouvrable suivant l'ouverture de l'examen approfondi.

Pour assurer le respect du règlement, la Commission a le pouvoir d'infliger les sanctions telles que **les amendes et les astreintes**. La Commission peut infliger des amendes jusqu'à concurrence de 1% du chiffre d'affaires total réalisé par l'entreprise lorsque de façon délibérée ou par négligence, une entreprise fournit un renseignement inexact, dénaturé, incomplet, ou au-delà du délai prescrit. La Commission peut également infliger des amendes lorsque les scellés apposés lors d'une inspection ont été brisés. La Commission a la possibilité d'infliger des amendes jusqu'à concurrence de 10% du chiffre d'affaires total réalisé par l'entreprise lorsque de façon délibérée ou par négligence, une entreprise omet de notifier une concentration, avant sa réalisation, réalise une concentration en violation des dispositions du présent règlement ou contrevient à une décision de la Commission. La Commission peut

infliger des astreintes jusqu'à concurrence de 5% du chiffre d'affaires total journalier moyen de l'entreprise par jour ouvrable de retard par rapport à la date fixée par la Commission dans sa décision de renseignement, d'inspection ou autre. Un comité consultatif composé de représentants des autorités des États membres est consulté préalablement par la Commission à toute décision de compatibilité, d'incompatibilité ou de fixation d'amendes ou astreintes. La Cour de justice peut supprimer, réduire ou majorer l'amende ou l'astreinte infligée.

4. La procédure de renvoi

Pour faire en sorte que ce soit l'autorité la mieux placée pour examiner une concentration donnée, qui soit compétente, la simplification de la procédure de renvoi aux autorités compétentes des États membres a été établie. L'identification des cas de concentrations ayant un effet transfrontalier était assurée jusqu'ici par l'application du critère des chiffres d'affaires et du critère « type 3+ » (c'est-à-dire, compétence communautaire exclusive lorsque tous les États membres ou au moins trois d'entre eux formulent une demande de renvoi). Le nouveau règlement CE139/2004 a introduit un nouveau critère de renvoi aux autorités compétentes des États membres. Un État membre peut, dans un délai de quinze jours ouvrables à compter de la réception de la copie de notification, de sa propre initiative ou sur invitation de la Commission, déclarer qu'une concentration affecte de manière significative la concurrence effective dans un marché à l'intérieur de cet État. Le marché du produit ou service en cause doit présenter toutes les caractéristiques d'un marché distinct sans pour autant constituer une partie substantielle du marché commun. La Commission dispose d'un délai de soixante-cinq jours ouvrables à compter de la notification de la concentration pour décider de traiter elle-même le cas conformément au présent règlement ou renvoyer tout ou une partie de celui-ci aux autorités compétentes de l'État membre concerné (faute de décision, le cas est réputé avoir été renvoyé à l'État membre concerné). Inversement, il est possible qu'un État membre demande à la Commission d'examiner toute une concentration qui, bien que dépourvue de dimension communautaire, entrave le commerce entre États membres et menace d'affecter la concurrence de manière significative sur le territoire du ou des États membres qui formulent cette demande. La Commission informe à son tour les autorités compétentes des États membres et les entreprises concernées et donne un délai de quinze jours ouvrables, afin que tout autre État membre puisse se joindre à la demande initiale. Si pour finir, dans un délai de dix jours ouvrables, la Commission n'a pas pris de décision de renvoi ou de refus de renvoi, elle est réputée avoir adopté une décision conforme à la demande.

Cas d'école 1

Le 25 avril 2006, Bruxelles a donné son feu vert au rachat de l'italien Galbani (3100 salariés, 1.12 milliard d'euros de chiffre d'affaires, propriété du fonds britannique BC partner European), numéro un du fromage en Italie, par le groupe laitier français Lactalis (marques Président, Lactel..., propriété de la famille Besnier). La Direction de la concurrence et son commissaire européen Neelies Kroes ont examiné l'impact de l'opération sur les marchés italien et français, où les deux entreprises présentent le plus de recouvrements, en particulier dans la mozzarella, et considéré que la concentration ne se traduirait ni par une hausse de prix ni par une diminution de qualité des produits.

En règle générale, la Commission mène les procédures visées par le présent règlement en liaison étroite et constante avec les autorités compétentes de la concurrence des États membres. Elle s'engage par exemple à transmettre dans un délai de trois jours ouvrables aux autorités compétentes des États membres copie des notifications ainsi que, dans les meilleurs délais, les pièces les plus importantes qui lui sont adressées. Dans un souci d'efficacité ultérieure, le règlement envisage la possibilité que les autorités compétentes et la Commission s'organisent dans un « réseau » informel afin d'améliorer l'efficacité du processus.

C. Les libéralisations

Le terme “*Libéralisation*” se réfère à l’article 3 du Traité de l’Union Européenne (ce dernier stipule que « *les activités de la Communauté incluront ... un système garantissant que la concurrence sur le marché intérieur ne sera pas altérée* ») et à l’article 86 du TCE. .

Article 86

1. *Les États membres, en ce qui concerne les entreprises publiques et les entreprises auxquelles ils accordent des droits spéciaux ou exclusifs, n'éditent ni ne maintiennent aucune mesure contraire aux règles du présent traité, notamment à celles prévues à l'article 12 et aux articles 81 à 89 inclus.*
2. *Les entreprises chargées de la gestion de services d'intérêt économique général ou présentant le caractère d'un monopole fiscal sont soumises aux règles du présent traité, notamment aux règles de concurrence, dans les limites où l'application de ces règles ne fait pas échec à l'accomplissement en droit ou en fait de la mission particulière qui leur a été impartie. Le développement des échanges ne doit pas être affecté dans une mesure contraire à l'intérêt de la Communauté.*
3. *La Commission veille à l'application des dispositions du présent article et adresse, en tant que de besoin, les directives ou décisions appropriées aux États membres.*

L’article 86, (1), charge la Commission d’une mission de surveillance « *dans le cas d’engagements publics que chaque Etat membre pourrait accorder sous la forme de droits exclusifs ou spéciaux* ». La Commission doit adresser des recommandations aux différents Etats membres pour appliquer les règles définies par l’article 12 et les articles 81 à 89. Depuis les années 80, la Commission européenne oblige les Etats membres à rendre transparent les relations financières qu’ils entretiennent avec leurs entreprises publiques tout en cherchant à libéraliser les marchés de communications électroniques. A partir de 1985, la Communauté Européenne a adopté 15 décisions couvrant des activités pour lesquelles les Etats membres accordaient des droits spécifiques et spéciaux : les postes (4) ; les télécommunications - mobiles (2) ; les aéroports (3) ; les ports et le transport maritime (4) ; les assurances (1) ; et les émissions de diffusion (1). Seuls deux secteurs importants (l’énergie et le transport ferroviaire) pour lesquels la libéralisation est en cours, échappent pour l’instant à l’article 86

L’article 86 (2) du Traité introduit une exception à l’application des règles du Traité lorsque ce dernier remet en cause “*les services d’intérêt économique général* ». Toutefois, même lorsque cette exception s’applique, les droits spéciaux ne doivent pas aller au-delà de ce qui est nécessaire pour la performance de ce service. La Commission est ainsi couramment amenée à spécifier les principes applicables à de tels services.

D. Les aides publiques

Les aides publiques constituent depuis 2006, le nouveau cheval de bataille de la Commission Européenne. En offrant un traitement de faveur à certaines firmes, les aides publiques entraînent une distorsion importante de la concurrence. A long terme, ni les bénéficiaires de ces aides, ni les concurrents ne profitent de cette intervention de l’Etat. Très souvent, les aides publiques ne font que reporter dans le temps les inévitables opérations de restructuration. Les entreprises qui n’ont pas reçues d’aides publiques, enregistrent une perte de compétitivité et mettent en danger leurs salariés. Les articles 87, 88 et 89 déterminent le champ d’application des aides accordées par les Etats. L’article 87 permet certaines aides publiques (notamment celles qui profitent à tous les Etats membres de l’UE) ; il prohibe toutes celles qui engendrent une distorsion de la concurrence en favorisant certaines firmes ou la production de certains biens. Les aides en question peuvent prendre des formes très différentes : des subventions d’Etat, une exonération d’intérêts, une exonération fiscale, une garantie d’Etat, une provision par l’Etat des biens et services.

Article 87

1. *Sauf dérogations prévues par le présent traité, sont incompatibles avec le marché commun, dans la mesure où elles affectent les échanges entre États membres, les aides accordées par les États ou au moyen de ressources d'État sous quelque forme que ce soit qui faussent ou qui menacent de fausser la concurrence en favorisant certaines entreprises ou certaines productions.*
2. *Sont compatibles avec le marché commun:*
 - a. *les aides à caractère social octroyées aux consommateurs individuels, à condition qu'elles soient accordées sans discrimination liée à l'origine des produits;*
 - b. *les aides destinées à remédier aux dommages causés par les calamités naturelles ou par d'autres événements extraordinaires;*
 - c. *les aides octroyées à l'économie de certaines régions de la République fédérale d'Allemagne affectées par la division de l'Allemagne, dans la mesure où elles sont nécessaires pour compenser les désavantages économiques causés par cette division*
3. *Peuvent être considérées comme compatibles avec le marché commun:*
 - a. *les aides destinées à favoriser le développement économique de régions dans lesquelles le niveau de vie est anormalement bas ou dans lesquelles sévit un grave sous-emploi*
 - b. *les aides destinées à promouvoir la réalisation d'un projet important d'intérêt européen commun ou à remédier à une perturbation grave de l'économie d'un État membre;*
 - c. *les aides destinées à faciliter le développement de certaines activités ou de certaines régions économiques, quand elles n'altèrent pas les conditions des échanges dans une mesure contraire à l'intérêt commun;*
 - d. *les aides destinées à promouvoir la culture et la conservation du patrimoine, quand elles n'altèrent pas les conditions des échanges et de la concurrence dans la Communauté dans une mesure contraire à l'intérêt commun;*
 - e. *les autres catégories d'aides déterminées par décision du Conseil statuant à la majorité qualifiée sur proposition de la Commission.*

Article 88

1. *La Commission procède avec les États membres à l'examen permanent des régimes d'aides existant dans ces États. Elle propose à ceux-ci les mesures utiles exigées par le développement progressif ou le fonctionnement du marché commun.*
2. *Si, après avoir mis les intéressés en demeure de présenter leurs observations, la Commission constate qu'une aide accordée par un État ou au moyen de ressources d'État n'est pas compatible avec le marché commun aux termes de l'article 87, ou que cette aide est appliquée de façon abusive, elle décide que l'État intéressé doit la supprimer ou la modifier dans le délai qu'elle détermine. Si l'État en cause ne se conforme pas à cette décision dans le délai imparti, la Commission ou tout autre État intéressé peut saisir directement la Cour de justice, par dérogation aux articles 226 et 227. Sur demande d'un État membre, le Conseil, statuant à l'unanimité, peut décider qu'une aide, instituée ou à instituer par cet État, doit être considérée comme compatible avec le marché commun, en dérogation des dispositions de l'article 87 ou des règlements prévus à l'article 89, si des circonstances exceptionnelles justifient une telle décision. Si, à l'égard de cette aide, la Commission a ouvert la procédure prévue au présent paragraphe, premier alinéa, la demande de l'État intéressé adressée au Conseil aura pour effet de suspendre ladite procédure jusqu'à la prise de position du Conseil. Toutefois, si le Conseil n'a pas pris position dans un délai de trois mois à compter de la demande, la Commission statue.*
3. *La Commission est informée, en temps utile pour présenter ses observations, des projets tendant à instituer ou à modifier des aides. Si elle estime qu'un projet n'est pas compatible avec le marché commun, aux termes de l'article 87, elle ouvre sans délai la procédure prévue au paragraphe précédent. L'État membre intéressé ne peut mettre à exécution les mesures projetées, avant que cette procédure ait abouti à une décision finale.*

Article 89

Le Conseil, statuant à la majorité qualifiée sur proposition de la Commission et après consultation du Parlement européen, peut prendre tous règlements utiles en vue de l'application des articles 87 et 88 et fixer notamment les conditions d'application de l'article 88, paragraphe 3, et les catégories d'aides qui sont dispensées de cette procédure.

La décision d'octroyer une aide publique (compatible avec le Marché Commun) est prise par une autorité indépendante et supranationale. L'autorité exclusive d'examiner minutieusement les schémas d'aide publique des différents Etats européens a été conférée à la Commission Européenne. Son rôle est de surveiller les mesures d'aide publique proposées et existantes afin de s'assurer qu'elles sont compatibles avec la législation européenne et qu'elles ne distordent pas la concurrence intra-communautaire. La Commission a ainsi le pouvoir de requérir que l'aide publique octroyée par un pays membre soit remboursée aux autorités publiques qui l'ont accordée, si elle n'était pas compatible avec le Marché Commun.

Cas d'école 2

Le plan de recapitalisation de la compagnie aérienne Alitalia (2005) a été examiné par la Direction Générale des Transports et la Direction Générale de la Concurrence. Les services du Commissaire des transports ont estimé que les diverses mesures souhaitées par le gouvernement italien pour secourir le transporteur en difficulté, ne constituaient pas une aide d'Etat³. A leurs yeux, l'Etat italien qui souhaite participer à une recapitalisation de 1.2 milliard d'euros d'AZ Fly, l'activité de transport aérien, aurait démontré qu'il se comportait en « *investisseur privé avisé* ». Une lettre d'intention de la Deutsche Bank, chef de file de la transaction, a pour ailleurs apporté les garanties quant à la bonne fin de l'augmentation de capital. Dans le même temps, le gouvernement italien a convaincu la direction générale des transports que le Holding public Fintecna, qui devait prendre le contrôle d'AZ Services (activités au sol) pour 220 millions d'€, intervenait lui aussi en tant que « *qu'investisseur privé avisé* ». Enfin, les services du commissaire de la DGT ont eu des garanties sur le fait qu'AZ Fly et AZ Services entretiendraient des relations commerciales de marché.

La Commission Européenne a adopté une série de directives afin de clarifier sa politique d'aides publiques dans de nombreux domaines tels que les régions en retard dans leur développement, la recherche-développement, l'emploi, la protection de l'environnement, l'aide et la restructuration de firmes en difficultés. Dans le même temps, la Commission a adopté un certain nombre d'exemptions concernant les PME, les aides pour l'emploi...

Cas d'école 3

Le Tribunal de première instance des Communautés européennes (TPICE) a rendu le 22 février 2006 un arrêt qui aura des répercussions considérables sur le droit des aides d'Etat (TPICE, 22 février 2006, aff. T-34/02, Le Levant 001). En principe, le Traité (article 87-1) fixe quatre conditions cumulatives nécessaires pour interdire une aide d'Etat. Tout d'abord, il doit s'agir d'une intervention de l'Etat ou au moyen de ressources d'Etat. Ensuite, cette intervention doit être susceptible d'affecter les échanges entre Etats membres. Par ailleurs, elle doit accorder un avantage sélectif à son bénéficiaire en favorisant certaines entreprises ou certaines productions. Enfin, elle doit fausser ou menacer de fausser la concurrence. Cette quatrième condition, consistant à évaluer l'impact de l'aide sur la concurrence, aurait dû être le critère central des analyses de la Commission. Or ce critère a toujours été ignoré, tant par la Commission que par le juge communautaire. A partir du moment où les critères de sélectivité et d'affectation des échanges étaient remplis, la concurrence était considérée comme étant automatiquement faussée, sans qu'une analyse au fond soit nécessaire.

« L'oubli » du critère de concurrence a façonné un droit des aides d'Etat largement déconnecté des réalités économiques. Là où les autres branches du droit de la concurrence (contrôle des concentrations, droit des ententes et des abus de position dominante) privilégient une approche économique, centrée sur le bien-être des consommateurs, l'innovation et l'efficacité économique des entreprises, le droit des aides d'Etat est resté sur une approche juridique, visant la protection des intérêts des concurrents plus que des consommateurs. La politique de contrôle des aides d'Etat a ainsi poursuivi des objectifs à rebours de ceux poursuivis par les autres branches du droit de la concurrence. La Commission, consciente de ces contradictions, a lancé en juin dernier un plan d'action visant à moderniser le droit des aides d'Etat. Mais, même si ce plan propose de renforcer, « *le cas échéant* », l'approche économique des aides d'Etat, il n'envisage pas pour autant de ressusciter le critère d'affectation de la concurrence, inscrit dans le Traité mais resté lettre morte.

³ Dans le cas contraire, Bruxelles applique le principe de l'aide unique, « *the one time last time* ». Or Alitalia a déjà bénéficié d'une aide à la restructuration durant la période 1996-1997.

Une approche économique

L'arrêt « Le Levant » marque un tournant qui va modifier la pratique du contrôle des aides d'Etat dans des proportions sans commune mesure avec les prudentes adaptations envisagées par le « *plan d'action* » de la Commission. Tout d'abord, le TPICE rappelle que le Traité fixe bien quatre critères cumulatifs distincts pour interdire une aide d'Etat, au nombre desquels figure le critère d'affectation de la concurrence. Le critère d'affectation de la concurrence étant désormais clairement distingué des trois autres critères, il devient difficile de continuer à l'ignorer. Le tribunal tire la conséquence immédiate de cette découverte de l'autonomie du critère d'affectation de la concurrence. Dans l'affaire « Le Levant », la Commission, conformément à sa pratique constante, n'avait pas défini le marché susceptible d'être affecté par l'aide et avait encore moins examiné les effets de l'aide sur la concurrence à l'intérieur de ce marché. Le Tribunal en conclut que la décision n'est pas motivée et l'annule en conséquence. L'arrêt « Le Levant » va modifier en profondeur la manière dont les dossiers d'aides sont examinés par la Commission. A une approche juridique - et très souvent politique - va se substituer une approche plus économique, similaire à la démarche suivie dans les autres branches du droit de la concurrence. La Commission va devoir identifier le marché impacté par l'aide et évaluer ses effets sur la concurrence.

La protection de la concurrence ne se confondant pas avec la protection des concurrents, la Commission devra, comme dans les autres branches du droit de la concurrence, évaluer l'impact de l'aide sur les consommateurs, et non se limiter comme trop souvent aujourd'hui à protéger les concurrents. Or, à tout le moins sur le court ou moyen terme, il n'est pas toujours aisé de démontrer qu'une aide d'Etat porte atteinte aux consommateurs. La Commission va devoir concevoir un nouveau cadre d'analyse, cohérent avec le reste du droit de la concurrence, mais adapté aux problématiques spécifiques des aides d'Etat. Le contrôle des concentrations, qui met l'accent sur les gains d'efficacité, qui profitent tant à la compétitivité de l'économie européenne qu'aux consommateurs européens, peut constituer une source d'inspiration pour élaborer ce nouveau cadre.

En définitive, en replaçant la concurrence au coeur du contrôle des aides d'Etat, le TPICE aura réussi à réconcilier les tenants de la politique industrielle et les partisans de la concurrence « libre et non faussée ».

Ajoutons que selon un rapport de la commission (avril 2006), l'application des règles communautaires *sur les aides d'Etat pourraient être mieux appliquées au niveau national*. La Commission souhaiterait ainsi que des entreprises attaquent devant les tribunaux nationaux des concurrents bénéficiaires d'aides illégales, dans un but dissuasif (le développement des procédures au niveau national seraient un frein aux pratiques illégales : cartels, abus de position dominante, subventions trop généreuses des Etats membres). Le rapport a insisté également sur les obstacles qui freinent la récupération des aides jugées illégales. Souvent, les Etats membres n'ont pas défini de procédure claire préalable pour cette opération, ou bien l'identité de l'autorité chargée du recouvrement est floue, ou enfin les organismes qui ont versé les subsides jugés ultérieurement incompatibles avec le droit de la concurrence font preuve de mauvaise volonté. La Commission a mis en place une vaste réforme des aides d'Etat, selon le principe « *moins d'aides, mais mieux d'aides* ». Il s'agit d'inciter les Etats membres à octroyer moins de subventions, mais de manière plus ciblée, là où les mécanismes de marché sont défaillants, dans les secteurs qui nécessitent de forts investissements de recherche, etc.

E. Les aspects internationaux

L'Union Européenne a établi des accords bilatéraux de matière de concurrence, particulièrement avec ses principaux partenaires commerciaux. Elle a également cherché à développer des accords multilatéraux de coopération et à intégrer ces discussions au sein de l'OMC et de l'OCDE. La notion de concurrence a occupé une place importante lors de l'élargissement de l'Europe (passage de 15 à 25 pays membres), chaque nouveau membre devant se plier aux conditions du Traité européen.

II. LA NOTION DE MARCHÉ PERTINENT

Le Droit de la Concurrence utilise la notion de « marché pertinent » afin d'apprécier si une entreprise est en situation de position dominante ou de prévoir l'impact d'une concentration. Il s'agit à la fois de calculer la part de marché détenue ou acquise, et de mesurer la concurrence actuelle et potentielle (Boutard-Labarde, Bureau, 1993). Dans un rapport datant de 1990, le Conseil de la concurrence a précisé que « *la définition du marché sert principalement à dessiner les contours de la concurrence potentielle* » (1990, p. XXXV). Même affirmation du côté de la Commission des Communautés Européennes qui rappelle que « *la délimitation du marché a pour objet de définir l'espace commercial à l'intérieur duquel il conviendra d'évaluer les conditions de la concurrence et la puissance de l'entreprise sur le marché en cause* » (JOCE, n° L374, 1985). Si les principes du marché pertinent sont communément admis, sa délimitation pose certains problèmes qu'il convient de résoudre, afin d'apprécier la pertinence des critères et de la méthode utilisés.

A. Les principes du marché pertinent

On s'accorde généralement à reconnaître que **le marché pertinent comprend les produits ou services offerts par l'entreprise en cause et les produits ou services substituables et géographiquement accessibles pour les clients de cette entreprise**. Dans les rapports de 1987 (p. XX), 1990 (p. XXXV) et 1991 (p. XLVII), le Conseil de la Concurrence énonçait que « *l'analyse économique définit le marché comme le lieu sur lequel se confrontent l'offre et la demande de produits ou de services offerts* ». De son côté, dans un Arrêt du 17 juin 1992, la Cour de Justice Européenne a affirmé que dans l'examen de la position dominante d'une entreprise sur un marché déterminé, « *les possibilités de concurrence doivent... être appréciées dans le cadre du marché regroupant l'ensemble des produits qui, en fonction de leurs caractéristiques, sont particulièrement aptes à satisfaire des besoins constants et sont peu interchangeables avec d'autres produits* » (BOCC du 4 juillet 1992).

1. La notion de substituabilité

La notion de substituabilité renvoie aux conditions dans lesquelles s'exerce la concurrence sur les marchés différenciés, ce qui constitue un sujet complexe. Les produits offerts par les différentes entreprises, même lorsqu'ils se ressemblent, ne sont pas toujours identiques, ils se différencient par certaines de leurs caractéristiques (ainsi deux lecteurs DVD peuvent se dissocier en fonction de la lecture DIVX). Il est donc faux de considérer qu'une entreprise est en position dominante dès lorsqu'elle est seule à produire un certain type de bien. Il convient donc de distinguer les cas où la concurrence est le résultat de la proximité des caractéristiques de biens produits par des entreprises différentes (écartant ainsi tout abus de position dominante) de ceux où la différenciation est telle que les produits des entreprises ne dépendent pas des politiques adoptées par leurs concurrents (réduisant ainsi les ajustements concurrentiels de prix). Les économistes ont généralement recours au modèle d'Hotelling, dans lequel la différenciation des biens résulte de la localisation différente des entreprises.

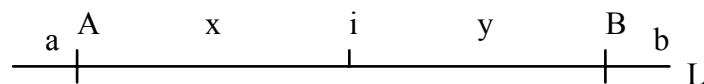
2. Le modèle d'Hotelling

C'est dans son article « *Stability in Competition* » qu'Hotelling (1929) est parvenu à établir les bases d'un modèle de concurrence spatiale à partir d'une analogie entre la différenciation des produits et les différences de localisation des vendeurs (la distance entre deux lieux géographiques peut être interprétée comme une distance entre la variété offerte par le vendeur et la variété désirée par le consommateur). Toute son analyse repose sur l'idée que derrière la notion de différenciation des produits, il y a des agents qui préfèrent certaines variétés à d'autres, de sorte qu'une baisse (hausse) du prix d'une variété par son vendeur, n'incitera pas

nécessairement tous les agents à consommer (à ne plus consommer) cette variété¹ : «*If a seller increase his price too far he will gradually lose business to his rivals, but he does not lose all his trade instantly when he raises his price only a trifle. Many consumers will still prefer to trade with him because they live nearer to his store than to the others... Such circles of customers may be said to make every entrepreneur a monopolist within a limited class and region*» [1929, p 44]. Les différences de localisation des vendeurs et/ou la différenciation des produits conférerait ainsi au vendeur, un pouvoir de « **monopole local** » dans le sens où le marché pourrait être lui même divisé en plusieurs régions. Dès lors, le marché ne serait plus considéré comme un point pour lequel un seul prix peut être obtenu, mais bien comme une entité possédant à la fois une dimension spatiale, qualitative, temporelle.... Nous présenterons dans ce qui suit, le modèle d'Hotelling à partir des cinq hypothèses suivantes:

Hypothèse 1

Les consommateurs d'un produit sont répartis de manière uniforme le long d'une droite (de longueur L), qu'Hotelling appelle "Main Street". A des distances a et b, respectivement de chaque côté de la droite, se trouvent les firmes A et B. Celles-ci vendent le même produit en deux lieux différents. La frontière entre les aires de marché des deux firmes est donnée par la localisation du consommateur i, indifférent vis à vis de l'une ou l'autre. Cette frontière est endogène puisqu'elle dépend des prix fixés par les deux firmes. Chaque firme n'a qu'une localisation, en d'autres termes, elle ne vend qu'une seule qualité du produit.



Si x représente la distance qui sépare le consommateur i de la firme A, y la distance qui le sépare de la firme B et t le coût de transport, dire que le consommateur i est indifférent entre acheter le bien à la firme A au prix P_A et acheter le bien à la firme B au prix P_B , se traduit par l'équation: $P_A + tx = P_B + ty$ (1) avec $L = a + x + y + b$ (2)

Hypothèse 2

Les coûts de production de chaque firme sont égaux à 0. Ce qui signifie que les coûts marginaux de production sont dans le même temps égaux à 0, et que les coûts fixes sont nuls. Cette hypothèse implique que les profits ne sont pas associés à un revenu ou à des gains. Ils résultent principalement du fait que le nombre de firmes est fini. En d'autres termes, s'il y a deux ou trois firmes, le profit existera, cependant lorsque le nombre de firmes augmente, le profit diminuera. Il s'agit donc d'une rente liée au nombre de firmes sur le marché.

Hypothèse 3

Chaque consommateur achète une unité et une seule du produit, par unité de temps, auprès du vendeur qui lui offre le prix total le plus bas : "*That unit quantity of the commodity is consumed in each unit of time in each unit of length of line*". Ainsi la fonction de demande du consommateur peut se réduire à un seul prix de réservation, dès lors comme le souligne Hotelling "*The demand is thus at the extreme of inelasticity*"(1929, p 45). Ajoutons que les quantités demandées aux firmes A et B, (q_A, q_B) , apparaissent sous la forme d'une distance spatiale. Chaque firme bénéficie en effet d'une situation de « **monopole local** » bornée par l'emplacement du consommateur indifférent et l'extrémité de la droite. Soient q_A égal à $(a + x)$, et q_B à $(b + y)$.

¹ Fishman (1994) utilise le terme de « *captive consumers* » pour décrire les consommateurs qui ont une forte préférence pour le produit d'un vendeur particulier, même s'il est plus cher que la concurrence.

Hypothèse 4

Chaque consommateur établit un prix de réservation qui est indépendant des prix de réservation des autres variétés de produits, ainsi le prix a des composantes qui lui sont propres. Dans ces conditions, le consommateur jugera chaque vendeur uniquement sur le prix total, c'est à dire la somme du prix fixé par le vendeur et du coût de transport : "*No customer has any preference for either seller except on the ground of price plus transportation. In general, there will be many causes leading particular classes of buyers to prefer one seller to another, but the ensemble of such consideration is here symbolised by transportation cost*" (1929, p 45).

Hypothèse 5

Enfin, c'est le consommateur qui prend en charge le coût de transport du bien : "*Each buyer transports his purchases home at a cost t per unit distance*". Cette hypothèse est importante parce qu'elle implique que les firmes pratiquent des prix départ usine. Elles sont incapables d'absorber ou d'imputer du fret de manière à mettre en place une politique discriminatoire¹. Le coût de transport d'une unité du produit sur une unité de distance est également constant (t). Dans l'interprétation en termes de goûts, ce coût représente le degré de « *désutilité* » qui indique que le consommateur n'obtient pas la variété désirée au vu de la gamme de produits qui lui est proposée (Phlips, 1983).

A partir de ces 5 hypothèses, Hotelling tente d'une part, d'étudier les décisions de localisation et de prix des vendeurs en supposant donnée la localisation des consommateurs, d'autre part, de montrer que la différenciation des produits peut mener à une solution stable entre les concurrents. Hotelling suppose que le processus de décision des firmes se décompose en deux étapes, les firmes choisissent dans un premier temps leur localisation, puis ensuite leur prix³. De cette démonstration, Hotelling tire deux conclusions :

→ Chaque firme aurait tout intérêt à augmenter la distance (a ou b) afin de se localiser au centre du marché (et d'accroître ses profits). Ce résultat plus connu sous le nom de Principe de Différenciation Minimale, signifierait que *les firmes auraient tendance à se concentrer géographiquement*. En termes de différenciation des produits, les firmes trouveraient profitable de mettre sur le marché des produits semblables (ou « tout du moins » très proches). Les produits seront d'autant plus différenciés pour le consommateur que le coût de transport est plus élevé. Lorsque le coût de transport augmente, les deux firmes se font une concurrence moins forte pour les mêmes consommateurs. En effet, la clientèle au voisinage d'un magasin devient plus captive, ce qui lui donne un pouvoir de « *monopole local* ».

→ Les profits comme les prix sont des fonctions croissantes du coût de transport unitaire. Hotelling avance que les firmes chercheront à rendre le transport coûteux ou à atteindre une position de quasi monopole afin d'augmenter leurs profits : « *These particular merchants would do well, instead of organising improvement clubs and booster associations to better the roads, to make transportation as difficult as possible. ...Of course they will not want impede the transportation of the supplies which come to them, the object of each is merely to attain something approaching a monopoly* » (1929, p 50). Les profits réalisés par chaque firme seront associés à des rentes de « *monopole local* ».

¹ Ceci signifie également que la firme ne peut pas vendre plusieurs variétés du produit à des prix discriminatoires (ce qui conforte l'hypothèse 1 selon laquelle chaque firme ne vend qu'une variété).

³ Les firmes choisissent leur localisation en anticipant une concurrence ultérieure par les prix. Par analogie avec la différenciation des produits, Moorthy (1988a, p 144) note que les choix de produits engagent l'entreprise sur le long terme. Ils sont permanents et durables. Les prix peuvent être réajustés en cours de cycle.

3. Les enseignements de ce modèle

Le modèle d'Hotelling conduit à distinguer deux situations de marché. Dans la première, les clientèles potentielles des deux vendeurs se recouvrent. Si l'un des vendeurs augmente son prix, sa demande va diminuer, et se reporter intégralement sur l'autre vendeur. Les élasticités prix croisées sont donc significatives. Les entreprises sont en concurrence directe, et cette dernière sera d'autant plus intense que les segments de clientèle potentielle des deux magasins se juxtaposent. Dans la seconde, le marché n'est pas complètement couvert, la réduction de la demande de l'entreprise A, lorsqu'elle augmente son prix, ne résulte que de la réduction de sa demande potentielle. Celle-ci n'est pas affectée par une modification marginale du comportement de l'entreprise 2. Elle se trouve en position de monopole local. Le marché qu'il convient de considérer pour apprécier le comportement de chacune des entreprises, n'est pas la totalité de la route, mais les segments correspondants aux clientèles respectives potentielles de chaque entreprise.

Le principal enseignement de ce modèle est que, pour pouvoir considérer que deux entreprises opèrent sur un même marché, il faut que les élasticités-prix croisées de leurs fonctions de demande soient élevées. Ceci signifie en effet que leurs clientèles se recouvrent et qu'en conséquence leurs politiques de prix se trouvent disciplinées par une compétition à laquelle elles ne peuvent pas échapper.

La délimitation du marché pertinent appelle essentiellement une analyse de la demande adressée aux différentes entreprises opérant sur ce marché. A contrario, l'examen des structures de coûts ou des caractéristiques physiques des biens offerts n'est pas considéré comme un élément pertinent pour établir un tel jugement. Ainsi, des biens physiquement différents (le TGV et l'avion sur la ligne Paris - Marseille). Peuvent être des substituts. Il convient maintenant de présenter la méthode et les critères mis en œuvre par les autorités de marché pour délimiter un marché pertinent afin de les confronter au modèle économique décrit.

B. La méthode de délimitation du marché pertinent

Il existe une pluralité de critères qui permettent d'apprécier la substituabilité de deux biens.

1. La nature du produit et le besoin satisfait

L'identification des caractéristiques physiques, matérielles du produit ainsi que de leur fonction ou propriétés (besoin satisfait) constitue la première étape de l'analyse. Doivent être considérés comme appartenant au même marché, les produits ou services dont on peut raisonnablement penser que les demandeurs les considèrent comme des moyens alternatifs de satisfaire une même demande.

Ainsi des biens ou des services ne sont pas considérés comme substituables lorsque les demandeurs ne les considèrent pas comme aptes à satisfaire un même besoin. Le Conseil de la Concurrence a ainsi considéré que le marché de la vente de livres par clubs était un marché spécifique « *dès lors qu'aux yeux des adhérents qui recherchent la satisfaction d'un besoin spécifique, les livres qui leur sont proposés par un club, fortement individualisés, ne sont pas ou sont peu substituables aux livres distribués par d'autres canaux* » (BOCC, 1^{er} juin 1990).

A l'inverse, des biens ou des services de nature différente seront jugés substituables dès lors qu'il apparaît qu'un nombre substantiel de demandeurs les considèrent comme équivalents. Ainsi la Commission de la concurrence a-t-elle considéré que les appareils de télévision loués et ceux qui sont vendus étaient des produits substituables en se fondant sur la similitude des services fournis aux consommateurs par l'intermédiaire de la vente et de la location en téléviseurs (Affaire Locatel, 1980).

Enfin l'identité du besoin satisfait ne suffit pas. Ce n'est pas parce que deux biens sont aptes à satisfaire le même besoin qu'ils sont nécessairement substituables.

2. Le prix ou le coût d'utilisation, ou encore le coût de mis à disposition du bien

Deux biens de même nature, aptes à satisfaire le même besoin, ne sont pas jugés substituables si leurs prix ou leurs coûts d'utilisation sont par trop différents, et que cette différence se maintient dans le temps. En revanche, la sensibilité de la demande aux variations de prix constitue un indice de substituabilité. C'est ainsi que l'Arrêt de la Cour d'Appel de Paris a statué sur la vente de livres par des clubs : « *considérant que la vente de livres par clubs, outre le fait que le régime légal dérogatoire dont bénéficie ce mode de distribution en matière de prix, étant observé que la coexistence durable de niveaux de prix sensiblement différents pour des produits même identiques, indique déjà que ces produits ne sont pas sur le même marché, présente les caractéristiques qui en font un marché spécifique par rapport au marché général du livre* » (21 mai 1990).

3. La stratégie de différenciation des offreurs (méthode de distribution)

La substituabilité de produits peut être altérée par la stratégie commerciale des offreurs. L'ancienne Commission de la concurrence avait relevé que « *la stratégie de différenciation mise en œuvre par les offreurs doit également être prise en compte pour définir les contours d'un marché. Un producteur peut différencier son produit de ceux offerts par certains de ses concurrents en le présentant différemment, en lui donnant une qualité particulière ou encore une image spécifique. L'image d'un produit résulte fréquemment non seulement de la publicité faite par le producteur, mais également de l'image des distributeurs par lesquels le producteur distribue son produit* » (rapport 1984, p. 66). Ainsi dans l'affaire de la dermatopharmacie, les juges ont admis que la spécificité du circuit de distribution officinal était de nature à rendre les cosmétiques vendus en pharmacie non substituables à ceux, de même nature, commercialisés par des voies différentes.

4. Le facteur géographique

Des produits ne sont substituables que si les consommateurs ont effectivement la possibilité d'arbitrer entre eux. Il faut donc que les produits leur soient effectivement accessibles. Des produits de même nature et aptes à satisfaire les mêmes besoins ne sont pas substituables s'ils ne sont pas disponibles dans les mêmes zones géographiques ou si les coûts de transport qu'un demandeur d'une zone aurait à supporter pour obtenir des produits en provenance d'une autre zone sont trop importants. Ce critère géographique soulève une question ponctuelle. L'article 86 du Traité de Rome prohibe l'exploitation d'une position dominante « *dans le marché commun ou une partie substantielle de celui-ci* ». L'article 8.1 de l'ordonnance de 1986 interdit l'exploitation abusive d'une position dominante « *sur le marché intérieur ou une partie substantielle de ce marché* ». En droit communautaire, il est acquis que cette notion vise, non pas l'étendue géographique du marché de référence, mais l'importance économique de ce dernier pour l'activité considérée.

5. L'existence d'une réglementation spécifique

Cette dernière peut contribuer à la non substituabilité d'un produit. Tel est le cas des livres vendus par les Clubs, qui bénéficient d'un régime dérogatoire en matière de prix.

III. LA CONCURRENCE SUR LE MARCHÉ DE L'AUTOMOBILE

En juillet 2002, la Commission européenne (sous l'autorité de son commissaire chargé de la concurrence, Mario Monti) a adopté une réforme visant à faire entrer la concurrence dans tous les niveaux de la distribution et de la réparation automobile. Depuis octobre 2002, « *les concessionnaires – directement ou indirectement seront capables, sans restriction, d'atteindre les consommateurs en tout point de l'UE et les consommateurs tireront profit d'une plus grande diversité et d'un choix plus large. Ils bénéficieront également des améliorations apportées au service après-vente* » (CE, IP/02/1073, p.1). Ce nouveau règlement a été élaboré à la suite d'une enquête et d'une consultation de grande ampleur. Il prenait en compte les points de vue des parties intéressées ; les conclusions d'une série d'études confiées à des consultants indépendants ; et l'avis du Parlement européen (18 demandes de modifications ont été retenues). Le rapport d'évaluation de la Commission Européenne, qui portait sur la période 1995-2002, avait souligné que plusieurs objectifs fixés par le règlement CE n° 475/95 n'avaient pas été atteints. Les consommateurs européens n'avaient pas retiré du système leur part équitable de profits, la concurrence entre distributeurs n'était pas assez vive et restait trop tributaire des constructeurs automobiles. En pratique, les consommateurs éprouvaient des difficultés à exercer le droit que leur donnait le marché unique de tirer parti des écarts de prix entre États membres pour acheter leur véhicule là où le prix est le plus bas. Le rapport d'évaluation confirmait également le caractère restrictif des modes de distribution mis en place par les constructeurs automobiles (mise en oeuvre des accords de distribution similaires). L'insuffisance notoire de la concurrence intramarque était principalement due à la conjugaison du contrôle exclusif exercé par le constructeur sur la sélection dont disposait le concessionnaire, d'une part, et de l'allocation de territoires de vente exclusifs aux concessionnaires, d'autre part. Si la Commission s'était contentée de laisser ce règlement devenir caduc (septembre 2002), le secteur Automobile serait tombé automatiquement sous le coup des règles de concurrence générales applicables aux accords de distribution (règlement d'exemption par catégories (CE) n° 2790/99 de la Commission). La Commission a préféré énoncer des conditions d'exemption plus strictes qui s'appliqueront aux accords de distribution et de service après-vente de véhicules automobiles neufs⁴.

A. Les nouveaux principes du règlement

Le nouveau règlement laisse un grand nombre de possibilités de choix aux constructeurs automobiles, aux distributeurs et aux concessionnaires. Les constructeurs automobiles peuvent choisir entre la *distribution exclusive*, où chaque concessionnaire agréé par le constructeur se voit attribuer un territoire de vente, mais est libre de vendre à des opérateurs qui ne sont pas membres du réseau officiel créé par le constructeur. Ils peuvent aussi opter pour la *distribution sélective*, où les concessionnaires sont choisis en fonction d'un ensemble de critères, mais ne se voient pas attribuer un territoire de vente et ne sont pas autorisés à vendre à des opérateurs qui ne sont pas membres du réseau officiel créé par le constructeur⁵.

- Les concessions multimarques

Des études ont montré que de nombreux consommateurs attachaient de l'importance au choix en magasin et aux possibilités de comparaison offertes par les points de ventes multimarques.

⁴ L'exemption par catégorie prévue par le règlement expirera le 31 mai 2010. Cette date a été choisie pour coïncider avec l'expiration du règlement n° 2790/99, règlement général d'exemption par catégorie applicable aux restrictions verticales.

⁵ Les constructeurs automobiles ne sont toutefois pas autorisés, pour un seul et même distributeur, à conjuguer exclusivité (attribution d'un territoire de vente exclusif) et sélectivité (interdiction de vendre à des opérateurs indépendants).

Ce « *multimarquisme* » renforce l'indépendance commerciale des concessionnaires vis-à-vis de leurs fournisseurs et permet à ceux qui sont présents dans des régions faiblement peuplées de continuer à exercer leur activité d'une manière rentable.

- Le marché unique et le consommateur européen

La clause existante appelée communément « *clause de disponibilité* », destinée à autoriser les concessionnaires à fournir aux consommateurs d'autres États membres des voitures semblables à celles livrées aux concessionnaires dans le pays d'origine du consommateur est maintenue dans le nouveau règlement. Un rapport de la Commission sur les prix des véhicules automobiles est réalisé semestriellement afin de rendre compte des écarts importants entre les États membres en ce qui concerne le prix des voitures neuves.

Le nouveau règlement facilite l'achat à l'étranger et comprend des mesures permettant aux concessionnaires qui souhaitent vendre à des consommateurs d'autres régions de l'Union européenne d'être plus actifs. Il prévoit également que les distributeurs appartenant à un système de *distribution sélective* pourraient se lancer dans des ventes actives (messages publicitaires dans d'autres régions, mailings personnalisés aux consommateurs situés n'importe où dans l'Union européenne). Les distributeurs appartenant à un système de distribution exclusive peuvent se lancer dans des ventes actives à des opérateurs indépendants au sein de leur territoire exclusif, et approvisionner, s'ils sont contactés en ce sens, des consommateurs finals et tous types de revendeurs qui sont situés en dehors de leur territoire. ***Ces mesures devraient améliorer la concurrence par les prix.***

Enfin, les concessionnaires faisant partie d'un système de distribution sélective peuvent créer un point de vente *secondaire* ou un point de livraison ailleurs dans leur propre pays ou dans un autre État membre de l'Union européenne. Les constructeurs ne seront ainsi pas autorisés à limiter la liberté des concessionnaires d'étendre leur activité en développant des points de vente secondaires (l'interdiction des clauses dites de localisation). L'interdiction de telles clauses de localisation est indispensable, car sinon les constructeurs automobiles continueraient à appliquer la sélectivité et la protection territoriale. Le rapport d'évaluation a fait apparaître que c'était précisément cette double protection qui constituait le principal obstacle à la concurrence entre concessionnaires et au bon fonctionnement du marché unique.

- Favoriser la concurrence, le choix et la qualité dans le secteur de la réparation

Le nouveau règlement précise que les concessionnaires peuvent choisir de procéder eux-mêmes aux réparations ou de les confier en sous-traitance à un autre membre agréé du réseau du constructeur, qu'il s'agisse d'un autre « concessionnaire/réparateur intégré » ou un atelier de réparation uniquement. Il est également prévu que, pour autant qu'ils respectent les normes de qualité définies par un constructeur, tant les réparateurs indépendants que les actuels concessionnaires automobiles pourront devenir des réparateurs agréés au sein du réseau du constructeur, sans être obligés de vendre des voitures neuves. La Commission européenne a tenu compte du fait que les consommateurs sont favorables à l'existence d'un réseau dense de réparateurs. La modification proposée devrait donc contribuer au maintien de la densité du réseau tout en augmentant le niveau de l'expertise technique du réseau.

Le nouveau règlement stipule aussi que les constructeurs automobiles devront permettre aux réparateurs souhaitant rester indépendants des marques spécifiques d'avoir accès aux informations, aux outils, aux équipements (notamment aux équipements de diagnostic) ainsi qu'à la formation dont ils ont besoin sur le plan technique. Ces dispositions visent à faire en sorte que les réparateurs indépendants puissent continuer à concurrencer effectivement le

réseau de réparateurs agréés du constructeur. Le consommateur pourra donc choisir le lieu où faire réparer sa voiture.

Le nouveau règlement vise enfin à donner aux consommateurs la possibilité de choisir les pièces détachées à utiliser pour réparer leur véhicule; les clauses par lesquelles un constructeur automobile cherche à empêcher les réparateurs d'obtenir des pièces détachées d'autres sources d'approvisionnement ou à restreindre le droit des réparateurs agréés à utiliser des pièces détachées d'une qualité équivalente à celle des pièces d'origine ne seront pas autorisées par la nouvelle exemption par catégorie.

Prises dans leur ensemble, les modifications concernant tant les réparateurs indépendants que les réparateurs agréés posent les fondations pour une amélioration sensible de la concurrence et l'existence de services de réparation et d'entretien sûrs et de grande qualité, et ce pour le bénéfice du consommateur européen.

- Renforcer l'indépendance commerciale des concessionnaires

Afin d'éviter que certains constructeurs automobiles recourent à la résiliation ou menacent d'y recourir pour empêcher les concessionnaires d'adopter le type de comportements favorables à la concurrence, le nouveau règlement précise que tout constructeur automobile souhaitant mettre fin à un contrat de concession est tenu d'indiquer clairement par écrit les raisons objectives de sa décision. Par ailleurs, En outre, le règlement fixe à cinq ans la durée minimale des contrats à durée déterminée, afin d'empêcher les constructeurs automobiles de recourir à des contrats à court terme pour faire pression sur les concessionnaires et les empêcher ainsi de se lancer dans un comportement favorable à la concurrence.

B. Enquête sur les prix des voitures au sein de l'Union européenne

L'enquête (semestrielle) concerne au total, 18 constructeurs européens et 8 constructeurs japonais, tenus de communiquer à la Commission européenne leurs prix de détail recommandés pour 91 des modèles les plus vendus. Depuis novembre 2004, l'enquête porte sur les 25 pays membres. Le prix de référence utilisé pour le calcul des écarts de prix est celui du pays le moins cher de la zone euro pour le modèle considéré. Les prix sont ajustés pour tenir compte des différences d'équipement de série et sont exprimés en euros. L'enquête fournit également les prix des principales options et du supplément pour conduite à droite, ainsi que d'autres informations. Pour certains modèles, d'autres options et des équipements de séries différents peuvent être proposés sur certains marchés nationaux. Il convient enfin de noter que les prix de détail réels peuvent s'écarter des prix catalogue recommandés, les concessionnaires devant être libres de proposer des prix moins élevés et d'offrir des avantages financiers supplémentaires aux clients, selon le marché.

Précisons que la Commission européenne appréhende la concurrence à partir des notions de marché pertinent et de convergence de prix (écart entre le prix du pays le moins cher et le prix du pays le plus cher). Le marché de l'automobile est décomposé en 7 segments : segment A (mini-voitures), segment B (petites voitures), segment C (voitures moyennes), segment D (familiales), segment E (Grandes routières), segment F (voitures prestigieuses), segment G (tout terrain , monovolumes et sportives).

Rapport au 1^{er} mai 2003 : les différences de prix sont moins marquées que les années précédentes. L'écart de prix moyen entre les marchés nationaux est tombé de 10.6% à 8.6% par rapport au rapport publié un an plus tôt. Néanmoins, les écarts de prix entre l'Etat membre le moins cher et le plus coûteux restent encore considérables. Pour 8.5% des modèles pris en compte dans ce rapport, l'Etat membre le plus cher affiche des prix supérieurs de 20% ou plus

à ceux de l'Etat membre où les prix sont les plus bas. L'écart le plus important concerne la Fiat Seicento, dont le prix en Autriche est de 45.5% supérieure au prix pratiqué en Espagne.

En termes absolus, un véhicule appartenant à la catégorie D, comme la Peugeot 406, coûte 5 000 € de moins en Grèce, l'Etat membre dans lequel les prix sont les plus bas, qu'en Allemagne, le pays de la zone euro où les prix sont les plus élevés. Une Volkswagen Passat peut coûter 4600 € de plus en Allemagne qu'en Grèce. Il est donc possible pour les consommateurs qui effectuent des achats à l'étranger de réaliser des économies substantielles. Ces chiffres montrent que la concurrence entre les distributeurs établis dans des Etats membres différents et le niveau des achats transfrontaliers ne constituent pas encore une contrainte de compétitivité suffisante pour les constructeurs, car les marchés demeurent relativement fragmentés. L'Allemagne et dans une moindre mesure l'Autriche, sont les marchés de l'Union européenne sur lesquels les prix sont les plus élevés pour les modèles pris en considération. En Allemagne, 35 modèles sont vendus aux consommateurs aux prix les plus élevés de la zone euro, et 24 d'entre eux sont de 20 à 42% plus chers que les mêmes modèles vendus sur le marché national de la zone euro qui pratique les prix les plus bas. A l'inverse, la Grèce et la Finlande pratiquent les prix les plus bas. De manière générale, les véhicules fabriqués par le groupe PSA, et par le groupe Volkswagen (Audi, VW, Seat et Skoda) sont ceux qui affichent les plus grandes différences de prix à l'intérieur de la marque. En revanche, certains constructeurs comme BMW, Daimler-Chrysler (Mercedes), General Motors (Opel, Saab, Vauxhall) et dans une moindre mesure, Renault, limitent les écarts de prix à l'intérieur de la zone euro à 20% ou moins

Rapport du 8 mars 2005 : Les écarts de prix calculés sur la base des chiffres du 1^{er} novembre 2004 sont inférieurs à ceux enregistrés en mai 2004. L'écart type moyen entre les 25 marchés nationaux étant passé de 6.9% à 6.4%. Cette convergence serait imputable pour les deux tiers aux nouveaux Etats membres, tandis que la dispersion reste faible au niveau de la zone euro. On continue cependant à observer des écarts de prix substantiels entre l'Etat membre le moins cher et l'Etat membre le plus cher pour certains modèles. Sur les 1909 prix mentionnés dans le rapport, 598 dépassent de plus de 20% ceux du marché le moins cher de l'UE. L'écart de prix le plus important est observé pour l'Opel Astra, l'un des dix modèles les plus vendus dans l'UE en 2004, qui coûte près de 50% de plus en Allemagne qu'au Danemark. Cette différence représente une économie potentielle de 3 700 € (TVA comprise) pour le consommateur allemand qui achète au Danemark. L'Allemagne et dans une moindre mesure l'Autriche, restent les marchés les plus chers de l'UE. En Allemagne, 38 modèles sur les 91 couverts par l'enquête sont vendus aux consommateurs aux prix les plus élevés de la zone euro et pour 21 d'entre eux, le prix est supérieur de 20% à celui pratiqué sur le marché national le moins cher de la zone euro. La Grèce et la Finlande sont les marchés les moins chers. L'Estonie a remplacé la Pologne en tant que le marché le moins cher de l'UE, avec des prix inférieurs de 2.5% à ceux pratiqués en Grèce. Si la stabilité des prix est une nouvelle fois d'actualité, on constate cependant quelques évolutions différentes au sein de la zone euro. Les prix des voitures ont diminué en Allemagne (-0.1%), au Royaume Uni (-1.2%) et en République Tchèque (- 6%) ; alors qu'ils ont augmenté en France (+1.1%) et en Italie (+ 0.8%)

Rapport du 1^{er} août 2005 : Les écarts de prix ont continué à diminuer depuis que les nouveaux Etats membres ont adhéré à l'UE : l'écart type moyen (c'est-à-dire la dispersion) entre les 25 marchés est tombé de 6.4% à 6.3%. Néanmoins, les écarts de prix pour certains modèles entre l'Etat membre le moins cher et l'Etat membre le plus cher sont encore manifestes. Sur les 1878 prix étudiés dans le rapport, 579 dépassent de plus de 20% le marché le moins cher de l'UE. Pour les 10 voitures les plus vendues dans l'UE en 2004, le plus grand écart de prix dans la zone euro concerne la Fiat Punto, qui coûte près de 30% de plus en

Allemagne qu'en Finlande. Cet écart représente une économie potentielle de 2700 € pour le consommateur allemand (TVA comprise) achetant en Finlande. L'Allemagne reste encore le pays le plus cher de toute l'UE : 34 des 89 modèles examinés sont vendus aux consommateurs au prix le plus élevé de la zone euro et 20 modèles sont 20% plus chers que sur le marché national le moins cher de la zone euro (la Finlande est le moins cher de l'UE). En dehors de la zone euro, le Danemark est le marché le moins cher de l'UE avec des prix inférieurs de 5.7% à ceux de la Finlande. Les prix des voitures ont diminué au Royaume-Uni (-1.2%), en Pologne (- 7.6%) et dans la République Tchèque (- 6%). Ils ont au contraire augmenté en Allemagne (+ 0.3%), en France (+ 0.9%) et en Italie (+ 2.6%). Enfin, la Commission européenne a noté que les Etats membres dont les prix hors taxes sont traditionnellement bas n'ont généralement pas connu d'augmentation significative des prix à la consommation des voitures. Ces prix ont augmenté légèrement au Danemark (+2.4%) et en Grèce (+ 1.8%), tandis qu'ils ont diminué en Finlande (2%) et en Estonie (- 8.3%).

Rapport du 1^{er} novembre 2005 : Les différentiels de prix dans seconde moitié de l'année 2005 sont restés stables (la dispersion des prix dans l'Europe aussi bien que dans la zone Euro est demeurée constante : 6.4% dans l'UE et 4.4% dans la ZE). Certains nouveaux membres (Hongrie, Pologne, Lituanie) ont ajusté leurs prix vers le bas, ce qui laisse entendre que les prix des voitures au sein de l'Europe ne convergent pas vers ceux des pays à prix élevés. Sur les 1267 prix étudiés, 568 dépassent de plus de 20% le marché le moins cher de l'UE. Ceci montre que les différences de prix pour les modèles particuliers entre l'Etat membre le moins cher et l'Etat membre le plus cher sont encore substantielles. La réduction du nombre de cotations de prix indique les constructeurs automobiles essaient de fournir aux nouveaux Etats membres des modèles adaptés à la demande locale. Sur les 10 modèles les plus vendus dans l'UE en 2005, le plus grand écart de prix constaté dans la zone euro concerne la Golf VW, qui coûte près de 27% plus chère en Allemagne qu'en Finlande. Cette différence représente une économie potentielle de 3200€ (TVA incluse) pour le consommateur allemand qui achèterait son véhicule en Finlande. L'Allemagne continue à être le marché le plus cher de toute l'EU. 38 modèles des 87 répertoriés, sont vendus à des consommateurs au prix le plus élevé de la zone euro et 16 modèles sont 20% plus chers que le marché le moins cher de la zone Euro. A l'intérieur de la zone euro, la Finlande est toujours le moins cher. En dehors de la zone euro, le Danemark est le pays le moins cher, avec des prix inférieurs de 5,8% à ceux de la Finlande. Comparé à décembre 2004, les prix des voitures en décembre 2005 ont augmenté⁶ de 0.6% dans l'EU (+ 1.3% dans la zone euro). Les prix ont diminué significativement en Pologne (- 10.8%), en Lituanie (- 7.2%), en Hongrie (- 4.3%), en Finlande (- 2.8%), en Grèce (- 0.8%). Ils ont au contraire augmenté en Italie (+ 2.4%), en Allemagne (+ 1.8%) et Danemark (+ 1.5%).

Rapport du 1^{er} mai 2006 : Les différentiels de prix dans la première moitié de l'année 2006 sont demeurés stables, confirmant une tendance à long terme de convergence des prix à travers l'EU. L'indicateur de dispersion de la zone euro est resté inchangé à des niveaux faibles sur les deux dernières années (4.4%), celui de l'EU (25) est également demeuré constant sur les 18 derniers mois (6.5%). Au sein de l'EU (25), 598 modèles sur 1698, ont des prix qui excèdent de 20% ceux fixés sur le marché le moins cher de l'UE. Parmi les 10 modèles les plus vendus dans l'UE en 2005, la plus grande différence de prix dans la ZE concerne la Ford Focus, qui coûte près de 30% plus chère en Allemagne qu'en Finlande. Cette différence représente une économie potentielle de 4000€ (TVA incluse) pour le consommateur allemand qui irait acheter sa voiture en Finlande. La Finlande et la Grèce sont

⁶ L'inflation avoisine les 2.1% (EU à 25) et les 2.3% (ZE) sur la même période.

les pays les moins chers de la zone Euro. Dans l'UE, le Danemark et la Hongrie sont les pays les moins chers, les prix sont respectivement inférieurs de 5.9% et 5.5% à ceux de la Finlande. L'Allemagne demeure le pays le plus cher (31 modèles sur 85 sont vendus aux prix les plus élevés de la zone Euro). Au sein de l'UE, la République Tchèque est devenue le pays le plus cher avec des prix supérieurs de 7.3% à la moyenne européenne. En Moyenne, les nouveaux membres sont moins chers que les anciens membres (en moyenne, les prix sont inférieurs de 3.6%). Les prix semblent être légèrement augmentés (4.9% en mai 2004, 3.4% en mai 2005). La commission européenne attribue cette légère hausse à un ajustement des prix de détail dans les nouveaux Etats membres (en lien avec la contrainte budgétaire des consommateurs de ces pays).

Au regard des segments de marché, cette stabilité des prix cache deux tendances. La dispersion des prix des petites (7.3%) et des moyennes voitures a augmenté alors que les prix des véhicules haut de gamme (4.9%) ont convergé. Cette augmentation de la volatilité des prix pour les petites voitures est due aux comportements des constructeurs dans les nouveaux pays membres. Ceux-ci ont cherché à attirer sur le marché les consommateurs à revenus faibles.

Entre mai 2005 et mai 2006, l'indice des prix pour les voitures (prix réels payés par les consommateurs, TVA, taxes d'enregistrement) ont augmenté de 0.8% (comparé à l'inflation, 2.4%). Parmi les marchés de volume important, les prix ont augmenté en Espagne (+ 2.7%), Italie (+1.5%), Allemagne (+1.5%) et en France (+ 0.9%) alors qu'ils ont diminué au Danemark (- 0.9%). En général, les prix des nouveaux Etats membres ont diminué : Hongrie (- 4.1%), Slovaquie (- 7.6%) et Slovénie (- 8.1%).