

École nationale supérieure d'informatique et de mathématiques appliquées

# Pratiques anticoncurrentielles

Gestion d'entreprise - Simulation d'entreprise



Novembre 2022

## Introduction

### Rappels :

- Le marché est le mode d'allocation optimal des ressources en situation de concurrence pure et parfaite (atomicité, transparence, homogénéité, libre entrée et libre sortie, mobilité des facteurs de production)
- Mais ... les entreprises ont intérêt à tenter d'échapper à la concurrence qui leur impose un prix de marché, pour lequel à la marge le profit est nul...

Donc, vous allez être tenté ... Sauf que les autorités de la concurrence (nous ...) veillerons à ce que vous respectiez les règles établies par la politique de la concurrence.

=> Nous nous attacherons particulièrement à la condition première : l'atomicité.

## **Plan de présentation**

1. Les ententes anticoncurrentielles
2. Abus de position dominante
3. Pratique de prix abusivement bas

### 1. Les ententes anticoncurrentielles

Accord ou action **concertée** qui a pour objet ou peut avoir pour effet d'empêcher, de restreindre ou de fausser le jeu de la concurrence

Elles peuvent être :

- écrites ou orales
- expressees ou tacites
- horizontales ou verticales

### Elles peuvent impliquer :

- Une limitation de l'accès aux marchés
- Une limitation ou contrôle de la production, des débouchés
- Une limitation des investissements ou progrès technique
- La répartition des marchés et/ou des sources d'approvisionnement
- Des ententes tarifaires

**La forme la plus extrême** : le cartel est une entente explicite sur les prix, les quantités ou la répartition du marché

⇒ Plusieurs cartels internationaux ont été démantelés en Europe depuis 2000 :

- Cartel de la téléphonie mobile (2005)
- Cartel des camions (2016)
- Cartel des yaourts marques distributeurs (2017)
- Cartel du jambon (2018)

Les sanctions pour ententes peuvent aller jusqu'à 10% du chiffre d'affaire mondial et sont augmentées en cas de récidive ...

Ca risque de vous coûter cher ....

## Quelques jalons pour éviter le pire ....

L'entreprise de Raphael P. s'apprête à lancer une gamme de parfums haut de gamme. Il souhaite nouer des partenariats avec des concurrents mais aussi avec des distributeurs.

**Quelles sont les limites à ne pas franchir ?**

Peut-il échanger des informations avec ses concurrents en matière d'innovation ?	
Peut-il échanger des informations avec ses concurrents sur sa stratégie commerciale ?	
Peut-il sélectionner ses distributeurs, en leur imposant des critères qualitatifs : présentation des produits dans le magasin, offre de services aux clients.... ?	
Peut-il conseiller des prix de revente à ses distributeurs ?	
Peut-il interdire à ses distributeurs la vente en ligne de ses produits ?	

## Quelques jalons pour éviter le pire ....

L'entreprise de Raphael P. s'apprête à lancer une gamme de parfums haut de gamme. Il souhaite nouer des partenariats avec des concurrents mais aussi avec des distributeurs.

**Quelles sont les limites à ne pas franchir ?**

Peut-il échanger des informations avec ses concurrents en matière d'innovation ?	Oui
Peut-il échanger des informations avec ses concurrents sur sa stratégie commerciale ?	Non
Peut-il sélectionner ses distributeurs, en leur imposant des critères qualitatifs : présentation des produits dans le magasin, offre de services aux clients.... ?	Oui si transparence
Peut-il conseiller des prix de revente à ses distributeurs ?	Oui sans imposer
Peut-il interdire à ses distributeurs la vente en ligne de ses produits ?	Non



## Quelques jalons pour éviter le pire ....

Lors de enquête de l'autorité de la concurrence, Raphael tient les arguments suivants.

**Sont-ils recevables ?**

« Nous avons fait une entente seulement locale »	
« Lors des réunions, je suis resté au fond de la salle et je n'ai rien dit »	
« Je ne connais pas le droit de la concurrence et ne pouvais donc savoir que les pratiques étaient illégales »	
« Lors d'une réunion, j'ai expliqué que je ne souscrivais pas à ces pratiques et je suis parti. »	Oui si vraiment ...
« En tant que chef d'entreprise, je n'étais pas au courant de la pratique d'entente. Il s'agissait du comportement isolé de l'un de mes salariés »	

**Autant vous prévenir ... Aucune bonne excuse ne pourra tenir ...**

## 2. L'abus de position dominante

Comportement visant à éliminer, à contraindre ou encore à dissuader tout concurrent d'entrer ou de se maintenir sur ce marché ou un marché connexe, faussant ainsi la concurrence

### 3 conditions :

- l'existence d'une position dominante
- une exploitation abusive de cette position
- un objet ou un effet, au moins potentiel, restrictif de concurrence

Sanction de l'autorité de la concurrence pouvant aller jusqu'à 10% du CA

## 2. L'abus de position dominante

Plusieurs formes de l'abus :

- **Les abus d'éviction**
- **Les ventes liées**
- **Les clauses d'exclusivité**
- **Les remises et les rabais**
- **Les abus d'exploitation**

## 2. L'abus de position dominante

Plusieurs formes de l'abus :

- **Le dénigrement**
- **Le ciseau tarifaire**
- **Les conditions d'accès à une ressource essentielle**

## 2. L'abus de position dominante

### 2018, Google - 4,3 milliards d'euros d'amende

Entrave à la concurrence avec son système d'exploitation mobile Android.

Depuis 2011, Google a « abusé de la position archi-dominante de son système d'exploitation pour smartphone, Android » pour Google Search et Chrome.

=> « empêché les fabricants de vendre des smartphones fonctionnant sous des systèmes d'exploitation concurrents ».

- **Ventée liée et subventionnée avec un** effet prédateur dissuasif pour la concurrence effective comme potentielle
- **Entrave au développement et à la distribution de systèmes d'exploitation Android tiers**

➤ Combinaison d'abus d'éviction + abus d'exploitation + prix prédateur par la subvention

## 3. Pratique du prix abusivement bas

Pratique ayant pour objet ou pour effet d'évincer ou d'empêcher d'accéder à un marché des opérateurs compétitifs, ou l'un de leurs produits ou services

- Prix insuffisant pour couvrir les coûts de production, de transformation et de commercialisation du produit ou service (prix < au coût variable ou < au coût total)
- Le prix pratiqué doit traduire une volonté ou une potentialité d'éviction d'un concurrent

Sanction : jusqu'à 10% du CA

### 3. Pratique du prix abusivement bas

Pour éviter toute sanction et pour vous permettre aussi d'éviter la faillite ... Petit point sur ...

Le calcul du coût de revient :

Il s'agit de déterminer le coût de revient total des produits, de sorte d'éviter la vente à perte.

Points d'attention :

- le coût de revient dépend de la production mais aussi de la distribution
- Le coût de revient doit être calculé par produit pour déterminer la marge (prix-coût)

## Structure des coûts :

- Charges fixes et variables :

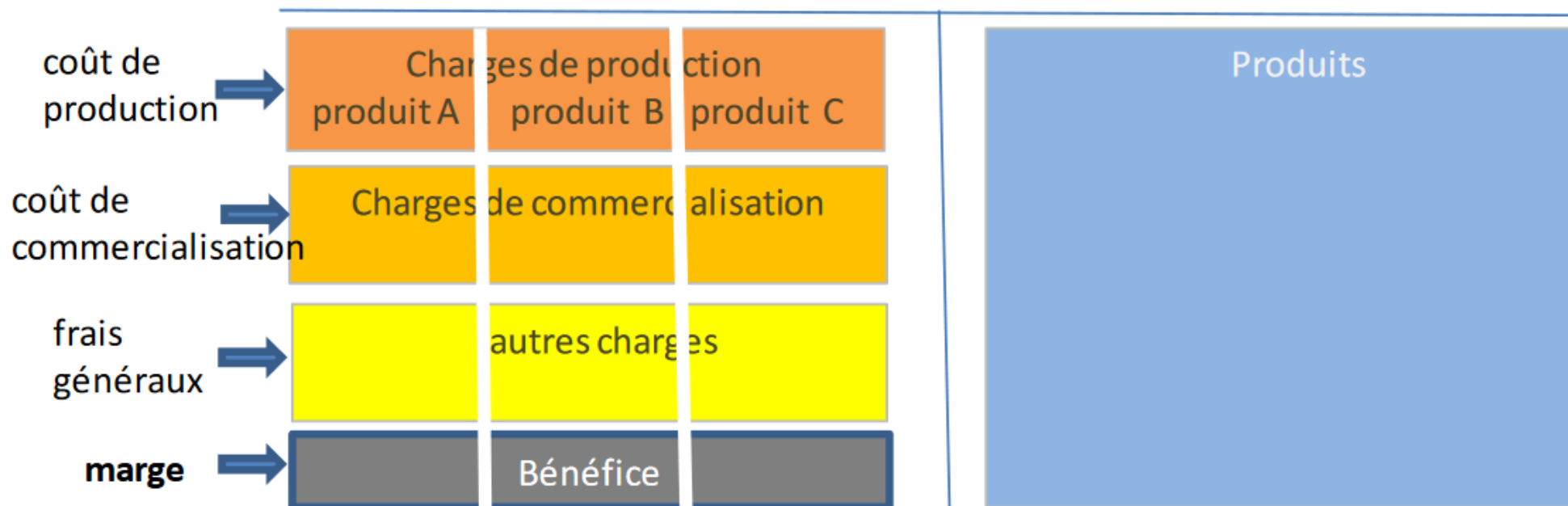
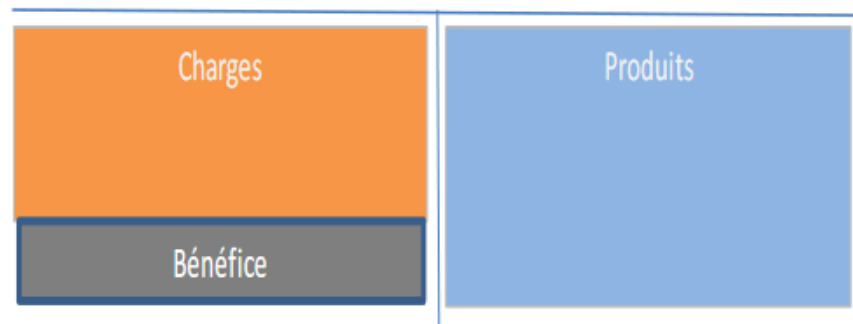
Charges variables dépendent du niveau de production

- Charges directes et indirectes

Charges indirectes ne sont pas rattachables à un produit

	Charges variables	Charges fixes
Charges directes	Matières premières Budget qualité Budget publicitaire	Coûts fixes de production et distribution Salaires Amortissements
Charges indirectes	Budget R&D	Coût de distribution et d'administration

## Calcul du coût de revient





## Un exemple ....

Nous nous situons en année 2023 de la simulation Winfirmes et l'entreprise 1 lance son produit B

### **HYPOTHESES :**

Produits fabriqués : A : 200 B : 50

Produits vendus : A : 150 B : 50

Prix de vente : A : 14 B : 20

1 machine (amort 200), 10 ouvriers, salaire mensuel 11

Matière première : A : 1/produit B : 1/produit

Coûts fixes production A : 100 B : 200

Coûts fixes distribution A : 100 B : 100

Budgets qualité : A = 100 B = 180

Budgets publicité : A = 200 B = 320

Coûts fixes d'administration : 200

## Charges de production

	Total charges à répartir *	charges produits A	charges produits B	charges produits C
CHARGES DE PRODUCTION				
choix de la clé de répartition :	% du nombre de produits fabriqués			
Achat de matières premières	D	200	50	
frais fixes de production	D	100	200	
charges salariales	1320	1056	264	
amortissements	200	160	40	
budget qualité	D	100	180	
Total charges de production		1616	734	
cout de production unitaire d'un produit		8,08	14,68	

## Charges de commercialisation

Produits		A	B
CHARGES de COMMERCIALISATION			
choix de la clé de répartition :		% du nombre de produits vendus	
Frais fixes de distribution	D	100	100
budget de communication	D	200	320
frais d'administration	200	150	50
frais financiers			
Total charges de commercialisation		450	470
cout de commercialisation unitaire d'un produit		3	9,4
cout de revient unitaire d'un produit (production et commercialisation)		11,08	24,08

## Calcul de la marge

Produits		A	B
cout de revient unitaire d'un produit		11,08	24,08
Prix de vente d'un produit		14	20
marge unitaire d'un produit		2,92	-4,08

Pensez à effectuer un calcul  
**PREVISIONNEL** avant de rendre  
vos décisions...