

## Devoir « maison »

---

« Il est demandé de traiter le sujet ci-dessous :

- en développant un raisonnement ;
- en exploitant les documents du dossier ;
- en faisant appel à ses connaissances personnelles ;
- en composant une introduction, un développement, une conclusion. »

**A l'aide du dossier documentaire et de vos connaissances, montrez qu'avec la politique de la concurrence, la puissance publique permet l'augmentation du surplus du consommateur.**

### Remarques :

- Afin de bien utiliser les documents donc certains sont volontairement long, vous pouvez utiliser la grille proposée à la suite du 4<sup>ième</sup> document pour travailler
- L'utilisation de la fiche méthodologique sur l'EC3 est possible (voire souhaitable ...). J'ai ajouté la grille d'évaluation générique d'un EC3.
- Vous pouvez rechercher dans votre manuel ou internet toute information qui vous paraîtrait pertinente (pour illustrer votre propos : exemple, chiffres, etc. ou préciser des notions : définitions, etc.)

### **Document 1**

Et de trois. La Commission européenne a sanctionné, mercredi 20 mars, Google d'une troisième amende pour abus de position dominante. Cette fois-ci, la décision concerne AdSense for search, un système de publicité contextuelle du leader mondial de la recherche en ligne : Google a cherché à « empêcher » l'essor de ses rivaux, a expliqué la Commissaire européenne à la concurrence, Margrethe Vestager, lors d'une conférence presse. Le montant de l'amende a été fixé à 1,49 milliard d'euros. Les deux précédentes visaient le système d'exploitation Android, qui équipe smartphones et tablettes, et le comparateur de prix Google Shopping.

« *Un comportement illégal* »

« *Entre 2006 et 2016, Google a eu un comportement illégal avec AdSense for search* », a estimé M<sup>me</sup> Vestager. Ce service permet à tous types de sites Web d'installer sur leurs pages un moteur de recherche de Google qui, quand un internaute tape un mot-clef, affiche des liens de publicité contextuelle. Si le visiteur clique sur ces liens, Google et le site qui affiche AdSense for search sont rémunérés.

Le problème, selon la Commission, c'est que Google a limité artificiellement la possibilité, pour les utilisateurs d'AdSense for search, d'utiliser des services d'affichage de publicités contextuelles concurrents de Google : d'abord, le géant de la recherche en ligne a imposé, dans ses contrats avec des « sites partenaires », « l'exclusivité » de son service, de 2006 à 2009. Puis il a exigé que les sites affichent « un minimum de liens publicitaires » d'AdSense for search et lui réservent « les meilleurs emplacements ».

Google a procédé à certains ajustements pour répondre aux accusations de l'institution communautaire et a « mis fin à ces clauses en 2016 », a noté M<sup>me</sup> Vestager. Mais celle-ci a considéré que le groupe, qui représente selon elle 80 % du marché de l'intermédiation publicitaire liée aux recherches, avait porté préjudice au choix des consommateurs et à l'innovation.

« *Le marché publicitaire est régi par de puissants effets de réseau, qui favorisent les acteurs avec la plus grande taille. Les clauses de Google ont créé un cercle vicieux* », a jugé la commissaire, tout en

reconnaissant que le marché d'AdSense for search avait une valeur limitée - et en décroissance, d'après Google.

### *Manière forte*

Avec cette troisième amende, Margrethe Vestager souhaite achever son mandat de commissaire européenne à la concurrence comme elle l'a commencé : avec méthode. Ces sanctions spectaculaires ont marqué son action à la concurrence, qui se termine théoriquement fin octobre.

En juillet 2018, M<sup>me</sup> Vestager avait infligé à Google une amende record de 4,34 milliards d'euros pour « *pratiques illégales* » concernant les smartphones équipés de son système d'exploitation Android. La commissaire et ses équipes avaient constaté que, « *depuis 2011* », le groupe imposait des « *restrictions illégales* » aux fabricants d'appareils Android et aux opérateurs mobiles « *afin de consolider sa position dominante sur le marché de la recherche en ligne* ».

Un an plus tôt, la Danoise avait déjà frappé un grand coup en décidant d'une amende de 2,42 milliards d'euros, la toute première de cette importance, toujours pour « *abus de position dominante* », à l'encontre du comparateur de prix Google Shopping.

Avec Google Shopping, le service de publicités AdSense est l'un des premiers à avoir attiré l'attention de l'institution communautaire - par le biais des plaintes reçues de concurrents de Google - dès 2009. A l'époque, le commissaire chargé de la concurrence, l'Espagnol Joaquin Almunia, avait préféré tenter une négociation, espérant qu'elle suffirait à contraindre Google de changer ses pratiques. Le géant américain avait proposé une série de modifications, jugées cependant largement insuffisantes.

En arrivant à Bruxelles, M<sup>me</sup> Vestager a privilégié une approche radicalement différente - la manière forte -, préférant les lourdes amendes aux interminables tractations. Google a certes interjeté appel des deux premières auprès de la Cour de justice de l'Union européenne, mais il se garde désormais de contester trop frontalement les décisions de la commissaire.

*« Des marchés prospères sont dans l'intérêt de tous »*

On sent désormais presque une lassitude du côté de Google : les dirigeants du groupe aimeraient en finir avec ces enquêtes, qui, depuis des années, entretiennent la pression médiatique sur le groupe. « *Durant tout ce processus [de discussion avec la Commission], nous avons toujours été d'accord sur une chose : des marchés prospères sont dans l'intérêt de tous* », affirme Kent Walker, vice-président responsable des affaires internationales chez Google, dans un post de blog publié quelques heures avant la décision de M<sup>me</sup> Vestager, mercredi.

*« Chaque année, nous appliquons des milliers de modifications à nos produits, encouragés par le retour d'expérience de nos partenaires et de nos utilisateurs. Ces dernières années, nous avons aussi modifié Google Shopping, notre système de licences d'applications mobiles, ou AdSense en réponse directe aux préoccupations de la commission »*, ajoute le dirigeant.

Est-ce une manière de calmer les plaignants qui restent vigilants ? Ou de préparer le terrain politiquement au changement de commission - et de commissaires - qui devrait résulter des élections européennes du 26 mai ? Toujours est-il que, mercredi, M. Walker a aussi promis que, « *dans les prochains mois* », Google offrirait plus de choix à ses utilisateurs. « *Grâce au Play Store, nous allons commencer à demander aux utilisateurs de nos appareils Android en Europe quels navigateurs et moteurs de recherche ils souhaitent choisir* ». Et sur Google Shopping, le groupe teste une nouvelle mise en page proposant des liens directs vers d'autres comparateurs de prix.

## Les élections européennes en ligne de mire

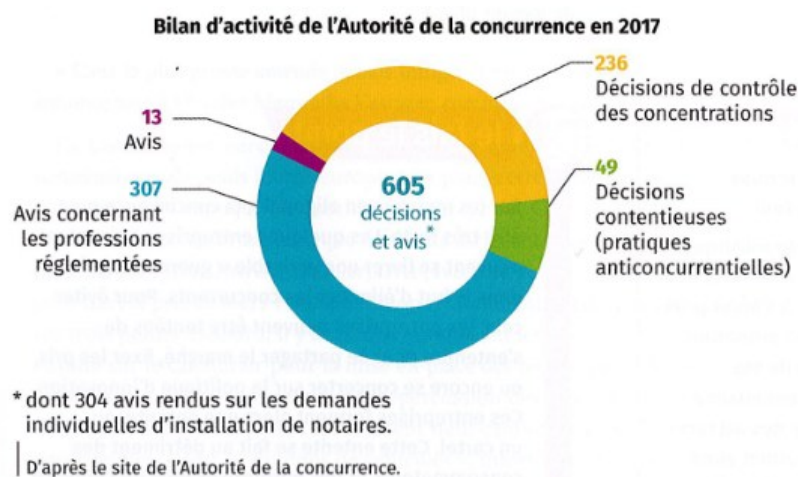
« Ce sont des développements positifs. C'est une bonne nouvelle que Google renforce ses efforts », a salué Margrethe Vestager. La commissaire s'est servie des changements effectués par l'entreprise américaine pour justifier sa politique ferme de sanctions : en juin 2018, seulement 30 % des cases de l'espace Google Shopping montraient un concurrent du service de Google, contre 75 % aujourd'hui, s'est-elle félicitée. La part des clics générés pour des services rivaux serait, elle, passée de 6 % à 40 %.

Pour Google, les dossiers politiques et réglementaires sont loin d'être clos. Outre les débats en cours sur la fiscalité du numérique, M<sup>me</sup> Vestager a confirmé qu'elle allait « se pencher dans le détail » sur deux autres de ses services : ses moteurs de recherche d'annonces d'emploi et de commerces de proximité – mais pas, pour l'heure, son comparateur de vols aériens. La commissaire a aussi dit attendre « très bientôt » un rapport commandé à trois experts sur l'impact du numérique.

L'importance du thème de la régulation des GAFAs (Google, Apple, Facebook, Amazon) dans la campagne des européennes et le résultat des élections donneront des indications sur la suite. D'autant plus que M<sup>me</sup> Vestager, qui a nié être hostile aux entreprises technologiques américaines, devrait être l'une des candidates pour remplacer Jean-Claude Juncker à la présidence de la Commission. Interrogée pendant la conférence de presse sur la « politisation » de son action et la compatibilité de sa fonction de commissaire avec sa candidature aux européennes, l'intéressée a répondu que les règles de la concurrence étaient « transparentes » et qu'elle espérait que son action « amènerait des gens à voter », alors que « seul un électeur sur deux » prévoit aujourd'hui de participer au scrutin. Un discours de campagne.

Source : Cécile Ducourtieux et Alexandre Piquard, *Concurrence : l'Europe inflige à Google une troisième amende, d'un montant de 1,49 milliard d'euros*, Le Monde, 20 mars 2019

## Document 2 :



## Document 3 :

Isabelle de Silva, la présidente de l'Autorité de la concurrence, n'a pas à rougir de son bilan après trois années passées à la tête de l'institution qui avait été façonnée par son prédécesseur, Bruno Lasserre. Concernant l'exercice écoulé, l'Autorité peut se targuer d'avoir une activité soutenue puisque 235 décisions de contrôle des concentrations ont été rendues, soit le même niveau que [l'an passé](#) .

Ce volume important ne veut pas dire pour autant que l'Autorité soit un facteur bloquant pour les regroupements d'entreprises, comme on a pu le reprocher récemment à la Commission européenne dans le cadre du rapprochement avorté entre Alstom et Siemens. « *L'Autorité n'a jamais refusé une opération de concentration en France* », rappelle Isabelle de Silva. Elle assortit en revanche souvent ses autorisations d'injonctions (vendre une partie des actifs pour éviter une situation monopolistique par exemple). « *Certaines entreprises peuvent aussi abandonner leur projet de rapprochement si elles sentent que les chances d'autorisation sont ténues. Certaines ne veulent pas prendre le risque d'un refus* », explique Isabelle de Silva.

#### *Nouveaux pouvoirs d'enquête*

En 2018, 26 décisions de pratiques anticoncurrentielles ont aussi été rendues pour un montant de 237,5 millions d'euros de sanctions. On n'atteint pas les records de certaines années, notamment 2014 et 2015 avec respectivement 1 milliard et 1,3 milliard d'euros réclamés aux entreprises

Mais cette partie de l'activité de l'Autorité promet de prendre de l'ampleur dans les prochaines années, notamment avec les nouveaux pouvoirs qu'elle a acquis pour mieux détecter ces pratiques. L'Autorité peut par exemple répondre à des commissions rogatoires du juge d'instruction depuis la loi Hamon de 2014. En clair, le juge d'instruction délègue aux agents de l'Autorité ses pouvoirs d'enquête. En 2018, l'Autorité a répondu à deux commissions rogatoires, deux autres en 2019. Elle a aussi la possibilité depuis cette année de saisir les « fadettes » des dirigeants d'entreprise et de leurs conseils dans le cadre de ses enquêtes.

#### *Signalement en ligne*

Pour étendre le champ de son action, l'Autorité a aussi prévu de lancer une plate-forme de signalement en ligne et propose de pouvoir indemniser les lanceurs d'alerte dans le cas où l'entreprise est effectivement condamnée. Ce genre d'indemnisation existe déjà au Royaume-Uni ou encore en Corée du Sud et a permis de détecter de nombreux cartels. La dénonciation est souvent le moyen le plus efficace de démanteler des ententes. Comme cela semble être le cas dans l'affaire du cartel des compotes sur lequel se penche l'Autorité de la concurrence depuis 2015 et qui connaît un nouveau rebondissement ces jours-ci puisque les entreprises ciblées seront reçues mercredi au siège de l'Autorité, comme l'a révélé le journal « Le Monde ».

L'Autorité met aussi l'accent sur deux procédures de règlements des litiges qui se développent de plus en plus. La première est la procédure de clémence, qui permet aux entreprises qui viennent d'elles-mêmes dénoncer leur propre pratique anticoncurrentielle de bénéficier d'une sanction très allégée. Six demandes de clémences ont été adressées à l'Autorité en 2018. La seconde est la transaction, où les entreprises épinglées par l'Autorité reconnaissent les faits, ce qui facilite la procédure et allège aussi leur sanction. Depuis 2015, 12 décisions ont été rendues avec transaction, pour un montant de 670 millions d'euros.

Source : Marie Bellan, *Comment l'Autorité de la concurrence étend son champ d'action*,  
Les Echos, 9 juillet 2019

#### **Document 4 :**

Si vous aviez l'habitude d'acheter des compotes de marques distributeurs entre 2010 et 2014, peut-être les avez-vous payées plus cher. L'Autorité de la concurrence vient en effet de mettre en lumière un « cartel d'envergure nationale entre les principaux fabricants de compote », qui s'est notamment entendu sur les prix pendant cette période.

Au total, sept entreprises ont été épinglées à hauteur de 58,3 millions d'euros : les sociétés françaises Charles Feraud (16,4 millions d'euros), Andros (14,1 millions d'euros), Materne (13,6 millions d'euros), Délis (Lactalis, 9,5 millions d'euros), Valade (2,8 millions d'euros), Conserves France (1,9 million d'euros). Un septième participant, le néerlandais Coroos, a, lui, été exonéré d'amende, car il a révélé l'entente.

De quels produits parle-t-on ? Il ne s'agit pas des compotes commercialisées dans les rayons des supermarchés sous le label Andros ou Materne, mais de celles que ces fabricants vendent à la grande distribution sous marques de distributeurs (les MDD) ou aux distributeurs de la restauration hors foyer (comme Sodexo, Transgourmet...).

L'objectif de cette entente était « d'augmenter les prix de vente des compotes » auprès de ces clients, « de coordonner le montant des hausses », « de se mettre d'accord sur un discours commun justifiant ces hausses » ainsi que « de se répartir les volumes et les clients », énumère l'instance.

#### *Système très organisé*

L'Autorité décrit un système très organisé avec un fonctionnement « secret et relativement sophistiqué ». Ils utilisaient ainsi « des téléphones portables dédiés dont l'usage était spécialement réservé à la mise en œuvre de l'entente ou échangeaient par l'intermédiaire de boîtes de courriels privées », poursuit l'instance.

Et de citer l'exemple de cette réunion « bilatérale » avec Coroos en septembre 2012 au cours de laquelle Materne, qui « servait d'intermédiaire entre tous les participants », a indiqué qu'il « allait envoyer ses nouveaux prix le 1er octobre 2012, avec une augmentation de 15 à 18 centimes par kilo et qu'Andros allait augmenter ses prix de 15 % ».

Dans un communiqué publié ce mercredi, la société Charles Feraud et sa marque Charles et Alice disent « contester formellement leur participation aux pratiques décrites » et indiquent avoir « immédiatement décidé de faire appel ».

#### *Un préjudice difficile à chiffrer*

Le préjudice subi par les consommateurs est difficile à chiffrer. Mais, à travers cette affaire, l'Autorité de la concurrence tient à montrer à quel point elle est « attachée » à détecter et sanctionner des pratiques de ce genre « pour des produits qui touchent au quotidien », rappelle la présidente, Isabelle de Silva.

Plusieurs cartels concernant des produits de grande consommation ont ainsi été démantelés ces dernières années. À l'image de celui des fabricants de produits d'hygiène et d'entretien en 2014 avec cette forte amende de 951,2 millions d'euros, et aussi des fabricants de lessives (367,9 millions d'euros en 2011), de farine (242,4 millions d'euros en 2012) et de produits laitiers (192,7 millions d'euros en 2015). Une nouvelle décision devrait être rendue publique vendredi, mais l'Autorité n'a pas souhaité en dire davantage.

Source : Sylvie De Macedo, *Le « cartel des compotes » condamné à 58,3 millions d'euros d'amendes*,  
Le Parisien, 18 décembre 2019

## Grille d'analyse / de travail

Idée (1§ = 1 idée)	Document.s	Extrait.s pertinent.s (citations / données)
Idée 1 : Telle politique produit tel effet qui assure l'augmentation du surplus du consommateur	Doc X	L'Autorité de la concurrence ...
Idée 2 ...		
Etc.		

## Grille d'évaluation générique

Attentes	Critères de réussite
<i>Réponse au sujet</i>	Les arguments apportent une réponse à la question posée sans la présence de hors sujet
<i>Organisation du raisonnement</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- Brève introduction qui définit les termes du sujet et annonce les étapes du raisonnement.</li> <li>- Les paragraphes s'enchaînent dans une démonstration (<i>cohérence entre les § - phrase de liaison</i>)</li> <li>- Chaque paragraphe développe un argument (<i>forme de l'AEI</i>)</li> <li>- Conclusion qui reprend les principaux arguments pour répondre au sujet</li> </ul>
<i>Maitrise des connaissances</i>	<ul style="list-style-type: none"> <li>- L'argumentation repose sur la mobilisation de notions et mécanismes concernant les objectifs d'apprentissage délimités par le sujet (<i>notions à définir + mécanismes</i>).</li> <li>- L'argumentation repose sur des illustrations concernant les objectifs d'apprentissage délimités par le sujet (<i>exemples concrets, données</i>).</li> </ul>
<i>Exploitation des documents</i>	<p>L'argumentation repose sur :</p> <ul style="list-style-type: none"> <li>- la mobilisation d'informations issues des documents en lien avec le sujet (<i>extraits, données + citation des doc</i>),</li> <li>- la lecture et l'interprétation de données chiffrées issues des documents.</li> <li>- la mobilisation de savoir-faire statistiques pour le traitement des données chiffrées des documents (<i>des calculs pertinents</i>).</li> </ul>