

**Réponse de France Industrie à la consultation publique de la Commission européenne****Questionnaire public pour l'évaluation 2020 de la Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit communautaire de la concurrence**

Les paramètres définis par la Communication de la Commission portant sur la définition du marché de 1997 ont besoin d'être revus à la lumière du contexte mondialisé en 2020. A cet égard, le premier facteur à prendre en considération est la **sécurité juridique pour les entreprises**, qui sont de plus en plus conduites à faire des auto-évaluations de leurs accords de coopération et de leurs comportements sur le marché, outre les analyses en amont relatives aux opérations de concentration.

Dans ce but, **un cadre précis et compréhensible est nécessaire**, lequel doit comporter une grille d'analyse aisément maniable par tous les acteurs concernés, tels les juristes d'entreprise, avocats, économistes, ou les acteurs institutionnels.

Ainsi, il est possible d'envisager plusieurs pistes de réflexion portant sur la nature de l'analyse du marché à prendre en considération, le caractère du marché des biens et de services affectés et la dimension géographique du marché concerné.

**I – La Nature de l'Analyse du Marché**

Il faut tout d'abord noter que la notion de marché pertinent s'applique à la fois au droit des concentrations et au droit des pratiques anticoncurrentielles (sanction des accords anticoncurrentiels et des abus de position dominante).

Il conviendra de déterminer comment la définition du marché pertinent doit être adaptée. De possibles options à explorer seraient une approche au cas par cas, ou encore l'introduction de nouveaux paramètres évaluant l'impact sur le marché. **Le but ici est d'adapter la délimitation du marché en cause afin d'obtenir un résultat économiquement juste, tout en préservant des conditions de concurrence satisfaisantes pour les consommateurs.**

**II – La Délimitation du Marché de Biens et de Services**

Afin d'obtenir une délimitation du marché pertinent des biens et des services en cause la plus adaptée possible pour le maintien d'une concurrence efficace, il est nécessaire de revoir les éléments suivants :

- Les paramètres déterminant la substituabilité des produits et services en question au-delà de leurs caractéristiques, de leur prix et de leur utilisation, pour **introduire de nouveaux paramètres** tels que les préférences des consommateurs et les nouvelles tendances de consommation – plateforme numérique, distribution sur Internet, etc.
- **L'équilibre entre la demande et l'offre dans la détermination du marché pertinent**, en redonnant plus de poids dans l'analyse aux capacités d'offre afin de prendre en compte notamment les importantes capacités industrielles de certains acteurs comme les géants du numérique et les acteurs étatiques chinois.
- La Commission devrait effectuer une **meilleure prise en compte des concurrents potentiels susceptibles d'arriver sur le marché**, notamment en utilisant **un horizon temporel moins restreint en ce qui concerne les concentrations horizontales** (horizon de moyen terme, minimum 3 ans). Les critères du marché devraient également être élargis, au travers d'un **benchmark mené par la DG COMP** des autres secteurs comparables ayant connu des évolutions de marché de plus long terme et susceptibles de se produire dans le secteur concerné.
- **Une prise en considération plus élargie du marché secondaire**. Pour ce faire, le point 56 de la communication est à revoir.

**III – La Dimension Géographique du Marché**

Lorsque la Commission constate que, dans un secteur donné, des entreprises de pays tiers ne sont pas actives sur le marché européen ni susceptibles d'être actives sur le marché européen, **l'analyse ne doit pas sous-estimer la capacité de concurrents potentiels non-Européens à entrer sur le marché à moyen terme**, notamment en contrôle des concentrations. Il est alors essentiel de disposer d'une **meilleure définition géographique du marché**, les marchés pertinents étant actuellement le plus souvent mondiaux, et donc tirer toutes les conséquences juridiques d'une telle définition afin de prendre en compte tous les concurrents actuels et potentiels à l'échelle mondiale. Il conviendra ainsi d'envisager les pistes de réflexion suivantes :

- Le **remplacement de la plupart des références au marché de l'union européenne et de l'Espace Economique européen** dans la communication par des références aux marchés mondiaux et/ou globalisés, notamment dans le contrôle des concentrations, des ententes et des aides d'Etat.
- **Le principe général d'analyse de la concurrence potentielle** en fonction des **caractéristiques du marché, de la durée de vie d'un produit et des capacités spécifiques** (par exemple les subventions) des concurrents potentiels à entrer sur le marché au moins à moyen terme doit être **repris dans l'analyse concurrentielle de la Commission. Les contrôles des concentrations, des ententes et des aides d'Etat** devront être adaptés pour intégrer des éléments d'analyse du marché pertinent à plus long terme selon ce principe.
- Il est nécessaire que la Commission prenne en compte l'avantage d'un **marché captif** dont bénéficient certaines entreprises non-européennes agissant sur le marché intérieur européen.
- L'analyse de concurrence devrait également prendre en compte un critère **d'intérêt de l'UE** cohérent avec celui qui sera défini dans l'instrument de contrôle des subventions étrangères. Ceci permettra notamment de tenir compte des contributions positives d'un comportement ou d'une opération (ex : fusions/acquisitions) sur les politiques européennes, et donc d'assurer une cohérence d'approche avec les stratégies digitale, industrielle, environnementale, et la capacité à innover qui est un facteur indispensable commun à ces trois objectifs.
- L'établissement d'une **hiérarchie claire des barrières à l'entrée**, outre les barrières juridiques et celles afférentes aux coûts de transport.
- La prise en compte des **courants d'échanges potentiels au niveau global dans l'analyse du terrain du jeu de la concurrence** en vue de mieux apprécier la dimension globale du marché affecté. En effet, les pratiques de subventionnement public massif de certains Etats accroissent la rapidité de l'arrivée de certaines entreprises sur le marché intérieur, qu'ils soient déjà présents ou non sur le marché intérieur.