

2

Les cartels sont interdits

Guillaume H. dirige une auto-école. Il a été contacté par ses deux concurrents locaux pour fixer conjointement le prix des forfaits de permis de conduire. Cette pratique constitue une entente sur les prix et est totalement prohibée !

Un cartel, c'est quoi ?

Le terme de « cartel » ne désigne pas uniquement une activité de trafic de drogue ! Il s'agit aussi d'un terme utilisé dans le langage des spécialistes de la concurrence, pour évoquer une entente illicite, le plus souvent secrète, entre concurrents, dont le seul but est d'éliminer la concurrence sur le marché : les entreprises se comportent comme si elles ne formaient plus qu'une seule entité. Le cartel peut avoir pour objectif de faire monter les prix (cartel « offensif ») ou d'éviter qu'ils ne diminuent, suite à l'entrée d'un nouveau concurrent (cartel « défensif »).

Dans le cas de Guillaume H., le but d'un cartel serait de fixer avec les concurrents le prix du forfait permis à un niveau plus élevé que celui qui résulterait du libre jeu de la concurrence.

Pourquoi les cartels sont-ils toujours prohibés ?

Les cartels font artificiellement augmenter les prix – les hausses pouvant aller parfois jusqu'à 20% et concerner de longues périodes (10 à 20 ans) – sans aucune contrepartie pour les clients, en termes, par exemple, de qualité des produits : ils n'ont donc aucune justification économique. Ils se forment souvent sur des marchés de produits intermédiaires : dans ce cas, les premières victimes sont d'autres entreprises, dont la compétitivité est altérée.

De plus, les cartels figent le marché : les entreprises sont moins incitées à innover, à se dépasser, puisqu'elles ne sont plus soumises à l'aiguillon de la concurrence.

Quelles formes peuvent prendre les cartels ?

Le cartel peut consister à :

- fixer en commun le prix de vente, de manière directe ou indirecte : cible de prix, niveau de marge, niveau de remise maximale, conditions de paiement, frais de livraisons, etc. ;
- se répartir les marchés, sur une base géographique ou de clientèle. Par exemple, l'entreprise de Guillaume H. se verrait octroyer, d'un commun accord avec ses deux concurrents, une exclusivité dans un rayon de 5 km autour de son auto-école ;
- déterminer en commun des quotas de production : chaque membre de l'entente se voit attribuer une certaine quantité maximale à produire ;
- boycotter en commun un nouvel entrant, notamment en faisant pression sur les fournisseurs pour qu'ils refusent de l'approvisionner.



« Un cartel, c'est un peu comme du vol : les clients se font spolier, en payant plus cher la même chose... »