

Le droit reconnaît aux entreprises des libertés économiques qu'il limite cependant afin d'assurer le bon fonctionnement des marchés et la protection des consommateurs.

I. LES RISQUES LIES AUX LIBERTES ECONOMIQUES

L'exercice des activités de l'entreprise est placé sous le signe des libertés économiques : liberté d'entreprendre, liberté de concurrence, liberté du commerce et de l'industrie, liberté de circulation des marchandises,...

Ces libertés économiques ne sont toutefois pas sans limites.

Le droit contient aussi des dispositions, dites d'ordre public, qui ont pour objectif d'éviter que les actes des entreprises ne portent atteinte au bon fonctionnement du marché. Celles-ci sont justifiées principalement par la nécessité de préserver une concurrence effective et loyale et pour protéger le consommateur.

- Si l'intérêt protégé est l'intérêt général, il s'agit des dispositions d'ordre public de direction. C'est le cas d'une partie des dispositions de droit de la concurrence.
- Si l'intérêt protégé est l'intérêt d'un groupe d'acteurs du marché en position de faiblesse économique, il s'agit de dispositions d'ordre public de protection. C'est le cas des dispositions du droit de la consommation et pour partie, du droit de la concurrence.

Les dispositions juridiques destinées à régir l'activité de l'entreprise sur son marché contribuent à la construction d'un « droit du marché ».

Le droit du marché tente d'instaurer un équilibre entre préservation des libertés de l'entreprise et nécessité de les encadrer. La régulation par le marché est donc complétée par l'intervention de l'Etat. Le droit de la concurrence et le droit de la consommation sont des composantes du droit du marché.

II. LE DROIT DE LA CONCURRENCE

A. Finalités du droit de la concurrence

La concurrence s'analyse comme une compétition entre les entreprises pour conquérir ou préserver des parts de marché.

Elle revêt une double dimension :

- offensive lorsqu'il s'agit d'acquérir une clientèle, notamment en conquérant celle des autres
- défensive lorsqu'il s'agit de conserver sa clientèle contre les attaques de ses concurrents.

Dans une perspective d'ordre public, le législateur a encadré le droit de la concurrence pour essayer de faire respecter certaines conditions de la concurrence pure et parfaite (transparence, atomicité).

Le droit de la concurrence se définit comme un ensemble de règles juridiques qui garantissent l'effectivité de la concurrence entre entreprises.

Exemple : interdictions des ententes sur les prix.

B. Les instances qui garantissent le droit de la concurrence

- En France, le Conseil de la Concurrence est une autorité indépendante, spécialisée dans l'analyse et la régulation du fonctionnement de la concurrence sur les marchés, pour la sauvegarde de l'ordre public économique.

Exemple : le Conseil de la concurrence a sanctionné Sony Computer Entertainment France pour avoir convenu avec ses distributeurs de vendre la Play Station 2 à un prix unique lors de son lancement en France

- La DGCCRF met en œuvre le politique de la concurrence à l'échelle nationale. Elle dépend du ministère des finances.
- Au niveau européen, le droit communautaire organise la concurrence sur le marché unique et la commission européenne veille à la réalité de la concurrence sur le marché unique.

Exemples : la commission européenne a sanctionné à plusieurs reprises Microsoft pour abus de position dominante (l'entreprise pratique la vente couplée de son système d'exploitation avec le logiciel Médiaplayer).

III. LE DROIT DE LA CONSOMMATION

A. Finalités du droit de la consommation

Le droit de la consommation rassemble l'ensemble des règles visant à protéger le consommateur contre certaines pratiques des entreprises en concurrence pour la conquête des marchés. Ces règles visent à pallier le déséquilibre contractuel entre le professionnel et le consommateur.

Exemple : un consommateur qui achète des produits à un représentant qui se présente à son domicile dispose d'un droit de rétractation de 7 jours, ce qui lui permet d'annuler la vente.

En protégeant ainsi le consommateur, le législateur impose des restrictions à la liberté du commerce et de l'industrie.

B. Sources du droit de la consommation

- En France, le droit de la consommation est aujourd'hui codifié dans le Code de la consommation.
- Au niveau européen, des directives et des règlements communautaires opèrent le rapprochement des législations nationales et renforcent la protection du consommateur sur le marché unique.

IV. INTERDEPENDANCE DU DROIT DE LA CONCURRENCE ET DU DROIT DE LA CONSOMMATION

- Dans la régulation du marché, le droit de la consommation vient parfois compléter le droit de la concurrence et, dans d'autres circonstances, il peut avoir des objectifs opposés. Ainsi, lorsque le droit de la consommation impose l'affichage des prix, il assure la réalité de la concurrence.
- En sanctionnant certaines pratiques d'entreprises (exemple : une entente sur les prix), le droit de la concurrence profite au consommateur. De même, en protégeant le consommateur contre certaines techniques de vente (exemple : la réglementation de la publicité comparative), le droit de la consommation fixe des règles à respecter par les entreprises en concurrence.

Conclusion

Le droit de la concurrence et le droit de la consommation se rejoignent dans la notion de marché. Ces deux branches du droit encadrent les relations qui existent entre les différents acteurs du marché.

Définitions :

Marché : lieu de rencontre réel ou fictif entre les offres et les demandes

Régulation : fait de maintenir un équilibre dans un système complexe et d'en coordonner le fonctionnement