

En matière de cartels, les accords verticaux divisent

Concurrence Un panel d'experts fait le point

Yves Hülmann, Zurich

Début 2009, le thème de la concurrence est revenu sur le devant de la scène suite à la présentation d'une évaluation de la loi sur les cartels, dont la dernière révision remonte à 2003. Ce rapport, remis au Conseil fédéral, divise les esprits. D'un côté, économistes et d'autres organisations patronales veulent surtout éviter une réglementation trop stricte. De l'autre, les associations de défense des consommateurs estiment que la Commission de la concurrence (Conco) manque de moyens.

Cette ligne de front est réapparue lors du «1er Atelier de la concurrence», un séminaire organisé par la ZHAW de Winterthour et le Centre de recherche sur la compétitivité de l'Université de Fribourg. Les «accords verticaux», soit les ententes entre entreprises situées à différents échelons du marché, en ont été le thème le plus controversé. «La fixation de prix de vente doit être sanctionnée. Les recommandations de prix nécessitent en revanche un traitement plus nuancé», juge Thomas Pletscher, d'économistesuisse. L'organisa-

tion reproche au droit suisse d'être plus strict que celui de l'UE sur ce point. Simonetta Sommaruga, de la Fondation pour la protection des consommateurs, estime au contraire que la lutte contre les accords verticaux reste une tâche prioritaire. Et de rappeler que les perdants des cartels ne sont pas seulement les consommateurs mais aussi d'autres entreprises. Chaque secteur a ses spécificités rappelle Hanspeter Rentsch, de Swatch Group, qui juge normal que les fabricants de luxe puissent sélectionner leurs points de vente.

Vers plus de tolérance

La tendance qui se dessine au niveau international est de se montrer plus tolérant face à certaines structures verticales, tant que celles-ci ne portent pas atteinte à la concurrence. Une application trop stricte du droit de la concurrence peut aussi freiner l'innovation des entreprises, intimidées par le risque d'enfreindre la loi sur les cartels. «Nous avons rénoncé à mettre en place une plateforme d'achat sur Internet pour cette raison», illustre Daniel Lucien Bühler du groupe Schindler.