

Louvain School of Management

Antitrust Vert : Faut-il autoriser des restrictions à la concurrence pour renforcer les efforts en faveur de la durabilité ?

Auteure : Sibylle Wattecamps
Promoteur : Paul Belleflamme
Année académique 2022-2023
Travail de fin d'études (TFE) en vue d'obtenir le titre de
Master 120 en science de gestion à finalité spécialisée
Horaire de jour

Remerciements

Je souhaiterais remercier toutes les personnes qui m'ont apporté leur soutien, leur aide précieuse, leurs encouragements et leur bienveillance durant la réalisation de ce mémoire.

En particulier, je remercie mon promoteur pour sa grande patience et ses conseils précieux pour l'écriture de ce mémoire.

Je suis également reconnaissante envers mes proches et mes amis qui m'ont soutenu tout au long de cette période et qui ont su m'épauler dans la délicate phase d'écriture et de relecture du travail.

Je tiens à exprimer ma reconnaissance envers Nathalie, Jolien et Bert, tous spécialistes en durabilité au sein d'un groupe d'assurances. Ils m'ont permis de travailler sur ce mémoire en alternance avec un stage prenant, et par leurs expériences respectives dans le domaine m'ont guidé durant la réalisation de ce mémoire. Merci à Roger et Philippe pour la relecture.

Table des matières

1	<i>Introduction</i>	5
2	<i>Chapitre 1 : Politique de concurrence et développement durable en Europe</i>	7
2.1	Section 1 : La politique de concurrence	7
2.1.1	Histoire de la politique de concurrence	7
2.1.2	La politique de concurrence en Europe	8
	Les fondements et les objectifs	9
	Les acteurs	10
	Les principes anticoncurrentiels en Europe.....	11
	Avantages de la politique de concurrence	14
2.2	Section 2 : La durabilité	15
2.2.1	Le développement durable en Europe	15
2.2.2	Les concepts de développement durable et de durabilité	15
2.2.3	Le Green Deal.....	16
2.2.4	L'économie circulaire.....	18
2.2.5	Les objectifs de développement durable (ODD)	18
2.2.6	Le Greenwashing	19
3	<i>Chapitre 2 : L'Antitrust Vert</i>	20
3.1	Contexte	20
3.2	Définition du « Green antitrust »	20
3.3	Conditions d'exemption des accords de durabilité	21
3.4	L'Autriche et l'antitrust vert	22
3.5	Lien entre l'Antitrust Vert, la compétition et la durabilité	24
4	<i>Chapitre 3 : Analyse</i>	26
4.1	Section 1 : Antitrust vert – étude de cas	26
4.1.1	Cas n° 1 - Les autorités néerlandaises pour les consommateurs et les marchés (ACM) ..	26
	Cas n° 1A – Chicken of Tomorrow.....	27
	Cas n° 1B - Energie	28
4.1.2	Cas n° 2 - Constructeurs automobiles.....	29
4.1.3	Cas n° 3 – Produits détergents	30
4.1.4	Cas n° 4 - Construction d'appareils domestiques (CECED)	30
4.1.5	Cas n° 5 - Coalition entre les entreprises d'assurance (NZIA).....	32
4.2	Section 2 : Antitrust vert – Effets sur les parties prenantes	33

4.2.1	Le marché et les consommateurs	34
	Place centrale du consommateur	34
	Part équitable	35
	Le prix	35
	Effets négatifs	36
4.2.2	La durabilité.....	36
	Le risque de greenwashing.....	36
	Effets négatifs.....	37
4.2.3	La concurrence et les pratiques anticoncurrentielles	37
	Conditions d'exemptions proposées.....	37
	Impact sur les autorités	38
	Changement de pratiques du fait des entreprises	39
4.2.4	Les entreprises	40
	La difficulté des premiers entrants	40
	Se regrouper pour investir	41
	Position de l'entreprise	41
	Le respect des consommateurs	42
	Effets négatifs.....	43
4.3	Section 3 : L'antitrust vert est-il nécessaire ou contre-productif ?	43
4.3.1	Un concept nécessaire pour la durabilité ?	44
4.3.2	Un concept contre-productif ?	45
4.3.3	Limites de du concept antitrust vert.....	46
5	Conclusion	47
6	Références	49

1 Introduction

Les citoyens et les entreprises se soucient de plus en plus des questions climatiques et environnementales. Dans ce cadre, il devient primordial, pour les institutions européennes, les gouvernements nationaux et les dirigeants politiques, de redoubler d'efforts pour rendre les systèmes économiques plus durables. Tous les secteurs d'activité, toutes les entreprises, tous les travailleurs et tous les êtres humains ont aujourd'hui un objectif commun et doivent s'y atteler : devenir bien plus respectueux de l'environnement.

Des solutions existent. Jour après jour, de nouvelles idées germent au sein des entreprises. Toutefois, ces dernières se frottent bien souvent à des politiques contraignantes, imposées en des temps plus anciens, notamment au niveau de l'Union Européenne. Dans ce contexte de transition écologique, les autorités de la concurrence commencent à envisager de nouvelles solutions. Nous assistons aujourd'hui à l'émergence du concept de « l'antitrust vert », une approche potentiellement prometteuse qui permettrait une cohabitation entre « concurrence » et « durabilité ».

Ce mémoire se concentre sur le lien existant entre la politique de concurrence et le développement durable. Il se penchera sur le rôle potentiel de l'antitrust vert (Green Antitrust) dans la transition vers un monde plus durable. Nous nous concentrerons plus précisément sur la question suivante : « Faut-il autoriser des restrictions à la concurrence pour renforcer les efforts en faveur du développement durable ? ».

Le premier chapitre de ce mémoire analyse tout d'abord la politique de concurrence en Europe et la durabilité. La première section du chapitre aborde la concurrence. Elle repose sur des principes fondamentaux visant à promouvoir une concurrence équitable pour les entreprises et un marché sain pour les consommateurs. Nous nous intéresserons plus particulièrement à la politique de l'Union européenne. Jusqu'à présent, elle a permis de garantir une concurrence dynamique et saine entre nos entreprises dans un marché restant flexible. Mais permettra-t-elle, en l'état, de soutenir les objectifs de durabilité (des objectifs, rappelons-le, imposés notamment par l'Union européenne elle-même) ?

Dans la deuxième section du premier chapitre, nous nous pencherons sur la durabilité. Le développement durable vise à répondre aux besoins actuels sans compromettre ceux des générations futures. Il est désormais impératif de promouvoir la durabilité à l'échelle mondiale, et cela nécessite des mesures politiques et économiques concrètes. Nous expliquerons quelques concepts tels que l'économie circulaire, les objectifs de développement durable et le Pacte Vert (Green Deal) que l'Union européenne a mis en place afin d'atteindre la neutralité carbone.

Enfin, dans le deuxième chapitre, nous aborderons le thème central de ce mémoire : l'antitrust vert. L'objectif de ce concept : concilier politique de concurrence et durabilité. L'antitrust, ou droit de la concurrence, vise à prévenir les pratiques anticoncurrentielles, telles que les ententes illicites ou les abus de position dominante. Cependant, au vu du contexte économique actuel et de la nécessité d'œuvrer à la durabilité, ne serait-il pas opportun d'adapter quelque peu cette politique et d'en faire un « antitrust vert » qui permettrait la conclusion d'accords qui soutiendraient cette durabilité ? Néanmoins, cette question en appelle une autre : ce concept d'antitrust vert est-il vraiment adéquat ou, au contraire, risque-t-il être contreproductif ?

Nous traiterons cette question dans le troisième chapitre du mémoire. Dans la première section, nous nous intéresserons à des cas existants d'antitrust vert. Nous étudierons des exemples concrets où des restrictions à la concurrence ont été mises en place dans le but spécifique de promouvoir des pratiques durables. Ensuite, dans la deuxième section, nous examinerons leurs conséquences et leur impact sur les marchés, les consommateurs, les entreprises, la concurrence et, bien entendu, la durabilité. Pour finir, dans la troisième section, nous évaluerons les résultats obtenus, les avantages et inconvénients pour chaque partie prenante, et nous examinerons les enseignements à retenir de ces cas.

Enfin, nous chercherons à savoir si les restrictions à la concurrence devraient être autorisées pour renforcer les efforts de la transition vers un monde plus durable. Après avoir présenté les arguments pour et contre de cette approche, nous répondrons à cette question sur la base d'une évaluation équilibrée des avantages et des inconvénients.

2 Chapitre 1 : Politique de concurrence et développement durable en Europe

Ce chapitre se divise en deux grandes sections : la concurrence et le développement durable. Nous aborderons, d'abord, l'histoire de la concurrence et le rôle qu'elle joue auprès des entreprises et des institutions européennes. Ensuite, nous analyserons la politique et les pratiques anticoncurrentielles au sein de l'Europe.

Dans la seconde section, nous expliquerons ce qu'est le développement durable et la durabilité. Puis, nous éclaircirons quelques concepts tels que l'économie circulaire, les objectifs de développement durable et le Pacte Vert.

2.1 Section 1 : La politique de concurrence

2.1.1 Histoire de la politique de concurrence

Avant d'aborder la politique de concurrence en Europe, intéressons-nous à l'histoire de sa conception.

La première tentative de politique de concurrence remonte à la fin du 19^e siècle aux États-Unis, avec le Sherman Act en 1890. Son objectif : permettre aux compagnies d'avoir une certaine liberté économique, tout en protégeant la stabilité économique du pays et en rendant illégales les pratiques qui nuisent au bon fonctionnement du marché (Federal Trade Commission, 2023). Cet acte fait partie des fondements de la politique antitrust américaine et est le précurseur des politiques de concurrence à travers le monde (Denoix, 2007).

Au niveau européen, la politique de concurrence a fait son apparition après la Seconde Guerre mondiale. Les pays européens, alors en pleine crise, souhaitent mettre en place un règlement interdisant les attitudes discriminatoires. Nous assistons aux naissances successives de la Communauté Européenne du Charbon et de l'Acier (CECA), de la Communauté Économique Européenne (CEE) et, enfin, de l'Union Européenne. C'est le début de l'intégration européenne (Denoix, 2007).

La politique de concurrence en Europe est mise sur pied dans les années 1950, en raison de l'apparition de pratiques discriminatoires, telles que l'abus de pouvoir de certains pays ou entreprises, et d'une volonté d'avoir une économie européenne plus libre et efficace (Denoix, 2007). Les motivations économiques, un marché plus libre, la politique commune et une entente

entre les différents pays sont les principales raisons de l'intégration d'une réglementation de la concurrence dans le traité (TFUE) (Warlouzet, 2014).

Cette politique a été créée pour permettre au marché intérieur européen d'être efficace et prospère. Tout d'abord, le marché intérieur a été instauré en 1957 par le traité de Rome, aussi appelé Traité sur le Fonctionnement de l'Union Européenne (TFUE). Toutefois, il faut attendre l'année 1980 et l'Acte Unique Européen (AUE) pour assister au véritable démarrage du marché intérieur. Cet acte a supprimé les barrières douanières et les limitations commerciales entre les États-Membres de l'Union Européenne (UE) (Sokolska, 2023).

Dès la mise en application de l'AUE, les quatre éléments principaux du marché intérieur, les biens, les services, les capitaux et les personnes, ont pu circuler plus librement entre les États-Membres. Grâce au marché intérieur, l'UE a pu renforcer la coopération politique et économique entre les pays membres. De plus, elle décrit ce marché intérieur comme un territoire où tout peut s'échanger et se transporter librement entre les États-Membres. (Litos, 2022). Nous pouvons en conclure que la création de ce marché intérieur a réuni les pays membres dans une Europe plus large et a renforcé l'équilibre économique au sein de l'UE (Gunther, 2021).

Comme indiqué précédemment, le marché commun a clairement contribué à l'augmentation de la prospérité de l'Union européenne, de ses entreprises et, par conséquent, de ses citoyens. Toutefois, ce procédé de mise en place long et complexe fit que certains pays ont abusé du marché commun au profit de leurs intérêts (Litos, 2022). La mise en place d'une politique de concurrence est la conséquence logique de cette situation. Il s'agit d'un des instruments les plus importants et les plus complexe du marché commun, mais il a aussi permis à l'UE de devenir ce qu'elle est aujourd'hui (Jean, 2019) : un marché prospère et ouvert de plus de 400 millions de consommateurs.

2.1.2 La politique de concurrence en Europe

Nous pouvons à présent nous pencher sur la politique de concurrence et expliquer ses fondements et ses objectifs. Nous décrivons les acteurs impliqués dans la politique de concurrence et les principes anticoncurrentiels en Europe. Enfin, nous présenterons les avantages de la politique de concurrence.

Les fondements et les objectifs

La politique de concurrence en Europe est fondée sur deux éléments importants. Le premier est la place centrale accordée aux consommateurs. Ces derniers doivent être les bénéficiaires principaux de cette politique. Le deuxième est le rôle de la Commission européenne (CE). Pour que cette politique soit impartiale et que chaque pays membre ait les mêmes droits, l'UE a décidé que la Commission mettrait en place les règles et sanctions de manière neutre et indépendante. Elle est, en d'autres termes, responsable de la concurrence au sein de l'UE (Jean, 2019).

La politique de concurrence repose sur une double base : juridique et économique. D'un point de vue juridique, elle est constituée de lois et de règles qui garantissent un fonctionnement correct, efficace et juste. Les aspirations de cette politique portent sur la protection des consommateurs afin de les prémunir de toute pratique abusive sur le marché. Du point de vue économique, la concurrence est présente pour améliorer l'efficacité du marché et protéger le bien-être du consommateur (Denoix, 2007).

Un des principaux objectifs de cette politique est d'accorder à tous les pays et à toutes les entreprises une utilisation efficace des ressources et de leur permettre d'avoir une large liberté d'action économique (European Economic and Social Committee, 2022). En effet, l'UE a toujours voulu montrer que l'Europe est forte sur le plan économique. Avec sa politique de concurrence, elle a pu améliorer l'allocation des ressources, ce qui débouche sur une efficacité économique. Par ailleurs, l'UE ne cesse de progresser sur les plans technologique et économique (Denoix, 2007).

La concurrence permet d'améliorer les entreprises à plusieurs niveaux : compétitivité, efficacité et accès au marché. La concurrence encouragerait aussi l'innovation, même si cela ne repose pas uniquement sur la compétition. La concurrence est considérée comme un atout économique. La pression constante entre les entreprises et la compétitivité qui règne en Europe vont pousser les entreprises à être les meilleures, et donc à s'améliorer. Elles vont proposer une plus large gamme de produits, par exemple. Conséquence : les consommateurs auront des produits diversifiés à un prix moins élevé. Le consommateur en sort donc gagnant (Daniel, 2022). Les règles applicables aux entreprises présentes au sein de l'UE le sont aussi aux entreprises créées

en dehors de l'UE et qui ne sont présentes que partiellement dans le marché intérieur (Szczepanski, 2019).

Les acteurs

Les acteurs dans cette politique sont les grandes institutions européennes telles que la Commission européenne, la direction générale « Concurrence », le Conseil européen, les États-Membres et leurs autorités nationales en matière de concurrence, ainsi que le Parlement européen.

Les acteurs au niveau supranational

- La Commission est responsable de l'application des règles et des sanctions. Elle établit les nouvelles règles commerciales qu'elle souhaite instaurer au sein de l'UE et de la politique de concurrence. Ces nouvelles règles doivent être validées par le Conseil européen (Daniel, 2022). Les pouvoirs de la CE, qui se veut être une institution impartiale, découlent du TFUE et de ses règles fondamentales (Parenti, 2022).
- La direction générale « Concurrence » (DG) assiste la Commission en installant les nouvelles règles et décisions prises par la Commission (Szczepanski, 2019).
- Le Parlement européen, enfin, joue un rôle plus limité que la Commission et le Conseil, à savoir le contrôle envers l'exécutif. À ce titre, il peut interroger la CE sur ses décisions en matière de concurrence (Parenti, 2022).
- Le Conseil européen, institution qui réunit les chefs d'état de l'UE, autorise quant à lui les États-Membres à jouer un rôle plus ou moins important dans la concurrence (Parenti, 2022 – Commission européenne, 2023).

Et les acteurs au niveau national

- Les États-Membres doivent faire respecter ces règles par leurs institutions nationales (leurs tribunaux, par exemple). Ils doivent participer à l'entente entre les pays pour permettre le bon fonctionnement de l'économie (Warlouzet, 2014).
- Les autorités nationales de concurrence (ANC) sont chargées de faire respecter les règles au niveau des États-Membres. Elles sont présentes en tant qu'appui de la Commission (Szczepanski, 2019).

La collaboration entre les différentes institutions est essentielle pour préserver l'efficacité et la prospérité du marché au sein de l'UE.

Les principes anticoncurrentiels en Europe

D'après l'OCDE, Organisation de coopération et de développement économiques, les pratiques anticoncurrentielles sont « des pratiques que les entreprises peuvent adopter pour maintenir ou augmenter leur position sur le marché, sans nécessairement proposer des biens ou des services de meilleure qualité ou à un coût inférieur » (OCDE, 1990). Ils existent plusieurs types de pratiques anticoncurrentielles : les ententes de fixations des prix, la discrimination de prix, la manipulation des marchés et d'autres pratiques visant à restreindre la concurrence. Les lois antitrust ont été mises sur pied pour prévenir ces pratiques qui limitent la concurrence et nuisent aux consommateurs.

Pour l'UE, la politique de concurrence permet de surveiller et de contrôler ce qui se passe sur son territoire. Elle vise à éviter que certaines menaces empêchent le bon fonctionnement du marché et mettent à mal le bénéfice de la politique pour les consommateurs. Ces menaces sont identifiées grâce aux articles 101 à 109 du TFUE. Nous y retrouvons les fusions, les accords, les abus de position dominante et les aides d'État. Ces différents éléments sont appelés « pratiques anticoncurrentielles » (Parenti, 2022).

Dans les prochains paragraphes, nous élaborons chacune des pratiques anticoncurrentielles.

Les ententes et les cartels

L'une des premières règles du TFUE concerne les accords entre les entreprises. D'après Jacquin (2023), les accords sont « l'une des formes d'entente, avec la décision d'association et la pratique concertée, visée par l'article 101, premier alinéa, TFUE ». Ces accords peuvent être horizontaux et verticaux, positifs ou négatifs.

Si un accord est conclu entre deux entreprises actives sur un même marché, il sera question d'un accord horizontal. En revanche, si l'accord est conclu entre un producteur et un distributeur alors les entreprises sont à différents niveaux, on parle alors d'accord vertical. Les accords horizontaux sont les plus néfastes pour le marché : en effet, ils concernent des entreprises du même secteur et du même niveau (Szczepanski, 2019).

Ces pratiques sont considérées comme étant préjudiciables pour les consommateurs et pour la concurrence. En effet, elles visent à restreindre la concurrence en fixant les prix ou en répartissant le marché entre les participants à l'entente (Combe, 2016).

Il existe plusieurs types d'accords. Les plus connus sont les cartels. Combe (2016) décrit les cartels comme un accord « pour se rapprocher du profit de monopole, en supprimant la rivalité entre les entreprises au moyen d'une concertation sur les prix, la répartition des marchés ou les quantités ». Par conséquent, ils sont préjudiciables pour le consommateur. Ils sont dès lors interdits par les lois antitrust, contrairement aux ententes qui peuvent être autorisées si elles sont positives pour le marché.

Comme indiqué précédemment, les ententes sont acceptées si elles sont positives pour le marché, c'est-à-dire si elles vont être bénéfiques pour le consommateur et ne pas contrer la concurrence. Par exemple, si une entente va accroître la qualité et la diversité des produits alors elle sera dite positive, et au contraire si elle va diminuer la qualité ou augmenter les prix alors elle sera négative pour le marché et les consommateurs. Nous notons qu'afin d'accélérer le développement et/ou la commercialisation de produits durables, des entreprises signent des accords, pouvant être considérés comme des ententes. Elles peuvent être acceptées si elles ne présentent aucun risque pour la concurrence et le marché.

Les ententes peuvent être verticales entre le distributeur et le marchand, ou technologiques (sur le plan R&D et des licences) (Combe, 2016). Les ententes sont particulièrement difficiles à repérer et donc à sanctionner. Le seul moyen de prévenir ces pratiques est donc une politique de concurrence efficace.

Les concentrations

Un des autres règles de la concurrence porte sur les concentrations. D'après Vidal (2023) « une concentration résulte d'un regroupement d'activités économiques antérieurement indépendantes et implique un changement durable dans la nature de leur contrôle ». Les rapprochements entre entreprises ne sont pas forcément interdits, mais ils sont soumis à une enquête par les autorités de concurrence, et ce, afin d'éviter tout préjudice au marché.

À l'origine, le contrôle de concentration n'était pas présent dans les règles du TFUE. Il a été ajouté dans les années 1990, après que les autorités de la concurrence aient observé des regroupements d'entreprises néfastes pour la concurrence (Blonde, 2019). Les concentrations peuvent être avantageuses pour l'économie lorsqu'elles entraînent des économies d'échelles et améliorent l'efficacité tout en réduisant les coûts de production (Parenti, 2022). Mais elles

peuvent aussi être néfastes, en dressant des barrières à l'entrée sur le marché, en créant une position dominante ou encore en réduisant la concurrence (Combe, 2016).

Les concentrations sont soumises à des règles strictes. En effet, les entreprises doivent notifier auprès des autorités compétentes leur intention de regroupement. Après la notification formelle, les autorités vérifieront si cette concentration est néfaste ou pas pour le marché. Cette évaluation porte sur la taille de la concentration ou sur sa position géographique (Combe, 2016).

Abus de position dominante

Nous pouvons définir la position dominante comme « la capacité pour une entreprises de s'abstraire de la pression concurrentielle, en se comportant de manière indépendante vis-à-vis de ses concurrents ou clients». Il existe un lien entre la notion de pouvoir de marché qu'une entreprise peut détenir et la position dominante. Plusieurs facteurs entrent en ligne de compte : la part du marché, par exemple, ou encore le type de produits. Une entreprise qui occupe une position dominante sur un marché peut affecter considérablement tout le marché et ses concurrents (Combe, 2016).

À l'instar des ententes ou des concentrations, une position dominante n'est pas néfaste en soi : une entreprise peut détenir une grande part du pouvoir dans un marché ou un secteur d'activité (Denoix, 2007). Par contre, elle doit prendre conscience de sa position et de ses responsabilités en tant que leader du marché (Parenti, 2022).

En ce qui concerne l'abus de position dominante, Hauviller (2023) écrit qu'« il est incompatible avec le marché intérieur et interdit le fait qu'une ou plusieurs entreprises exploitent de façon abusive une position dominante sur le marché intérieur ». En d'autres termes, les entreprises dominantes ne peuvent pas utiliser leur statut de leader du marché pour faire obstacle aux nouveaux concurrents qui voudraient entrer sur le marché et ne peuvent pas nuire à ce marché (Gunther, 2021). Ces leaders n'ont pas le droit de fixer les prix d'achat et de vente. Les entreprises avec une position dominante ne sont pas autorisées à réduire la production ou le développement de la technologie s'il y a un risque de préjudice pour les consommateurs (Combe, 2016). Ces règles sont applicables à toutes les entreprises, qu'elles occupent une position dominante en Europe ou ailleurs dans le monde. (Jean, 2019).

Les aides d'État

Dans le dictionnaire de la concurrence, Faustine (2023) écrit que « l'aide d'État est un concept spécifiquement européen, qui a pour objectif de maintenir un fonctionnement normal du marché, en permettant le contrôle des interventions de l'État. » D'après la Commission Européenne (2023) les aides d'État « sont un avantage conféré par les autorités publiques nationales aux entreprises sur une base sélective ».

La politique de concurrence peut cibler les aides publiques aux entreprises en leur accordant certains privilèges sectoriels ou en acceptant certaines aides d'État. (Warlouzet, 2014).

La Commission doit surveiller les aides d'État que les pays membres accordent à leurs entreprises pour éviter tout effet de cloisonnement. En effet, un État-Membre pourrait être tenté de favoriser ses entreprises nationales et non la communauté, ce qui peut engendrer des inquiétudes au sein de l'UE. Dès lors, les aides d'État sont soumises à un contrôle et une acceptation par la Commission avant leur entrée en vigueur (Denoix, 2007).

Aucune aide d'État ne peut être accordée sans avis préalable et validation par la Commission. Généralement, ces aides sont autorisées en cas d'altération économique (un dernier exemple en date étant la crise du Covid). Elles peuvent aussi être accordées quand elles sont utiles aux objectifs du marché intérieur et de l'Union européenne (Gunther, 2021). Certaines aides d'État peuvent nuire au marché, fausser la concurrence et affecter les échanges entre les États-Membres (Commission Européenne, 2023).

Ces aides peuvent porter atteinte à la concurrence si les gouvernements décident d'accorder des subsides aux entreprises nationales afin de les défendre contre la concurrence étrangère. Les Etats peuvent utiliser ces aides dans le but d'appâter davantage d'investisseurs étrangers au sein de leurs entreprises nationales (Gunther, 2021).

Avantages de la politique de concurrence

La politique de concurrence offre certains avantages : baisse des prix, innovation accrue, diversification des produits... Autant de facteurs qui ont motivé l'Union européenne à mettre sur pied une telle politique.

Si tout le monde joue le « jeu de la concurrence », l'UE et les consommateurs en sortent gagnants et les conditions de la croissance économique sont mises en place. Par ailleurs, cela

renforce le bien-être et la protection des consommateurs : en effet, dans un contexte de concurrence saine, les entreprises vont redoubler d'efforts pour proposer les meilleurs produits et battre leurs concurrents. Enfin, cela permettra d'accroître l'intégration des marchés européens : grâce à la réduction des barrières à l'entrée, les entreprises seront plus enclines à étendre leurs activités dans d'autres pays de l'UE (Szczepanski,2019).

Nous pouvons conclure que la politique de concurrence favorise la concurrence en encourageant les entreprises à entrer en compétition, ce qui va stimuler l'efficacité du marché. Et qui dit marché plus efficace, dit aussi réduction des coûts et amélioration de la productivité des entreprises. Pour conserver leur compétitivité, les entreprises voudront proposer de meilleurs produits ou services, ce qui engendre des avancées technologiques et de l'innovation. La saine concurrence protège aussi les consommateurs et évite que les entreprises n'aient un pouvoir excessif sur le marché.

2.2 Section 2 : La durabilité

2.2.1 Le développement durable en Europe

En guise d'introduction à ce volet du mémoire, nous devons faire le point sur l'avenir de la concurrence et sur les attentes de l'UE en la matière. Pour l'heure, un des objectifs principaux de l'UE est le développement de la durabilité, un thème qui occupe une place grandissante au sein de notre société. L'UE veut atteindre la neutralité carbone d'ici 2050. Pour ce faire, elle a établi un plan : le Programme de développement durable. Son objectif : réduire nos émissions de CO₂ d'ici 2030 pour pouvoir atteindre la neutralité carbone en 2050. Cet objectif implique la nécessité de faire évoluer la réglementation et la législation, pour que les entreprises prennent conscience du fait qu'elles doivent se diriger vers des méthodes plus vertes et se responsabiliser davantage (European Economic and Social Committee, 2022).

2.2.2 Les concepts de développement durable et de durabilité

La durabilité est une thématique qui a pris beaucoup d'ampleur au cours des dernières décennies, avec ses bons côtés (diminution des sources d'énergie polluantes, nouveaux produits moins dépendants du carbone, réutilisabilité des biens...) et ses mauvais côtés (greenwashing, choix du charbon pour remplacer l'énergie nucléaire, climato-scepticisme...).

La population est de plus en plus sensible à cette question, du fait de la prise de conscience des conséquences désastreuses du réchauffement climatique et du gaspillage des ressources de notre

planète. Pour pouvoir améliorer la société, nous devons réagir et commencer à changer nos habitudes en matière de consommation, d'action et de création. Les nouvelles générations s'impliquent intensément dans la durabilité, ce qui oblige les institutions et les politiques du monde entier à créer de nouvelles pratiques plus respectueuses de notre bien-être futur. Les populations changent leurs habitudes et les entreprises tendent vers un modèle économique plus durable.

Le développement durable est une notion qui existe depuis quelques années. En 1987, Brundtland le définissait comme suit : « le développement durable est un mode de développement qui répond aux besoins des générations présentes sans compromettre la capacité des générations futures de répondre aux leurs ». Brundtland explique que notre modèle économique doit pouvoir concilier croissance économique et production durable, en respectant les ressources limitées de la Terre. Le développement durable permet à la société de vivre sur le long terme, sans dépasser les limites de notre planète.

La durabilité touche tous les domaines de notre activité terrestre, que ce soit l'énergie que nous utilisons, la mobilité humaine, ou encore la production des biens et des services. Elle repose sur trois piliers : social, économique et environnemental.

- La durabilité environnementale se concentre sur les interactions énergétiques et matérielles de la Terre. Son but est de préserver le bon fonctionnement des ressources de la Terre.
- La durabilité économique se rapporte au développement et à la croissance économique. Étant donné la surexploitation des ressources dans notre modèle économique, les ressources sont de plus en plus limitées et la durabilité devient un concept important.
- La durabilité sociale concerne tous les aspects humains. Il s'agit du rapport entre les humains et l'aide que l'on apporte à chacune et à chacun pour que tout le monde soit sur un pied d'égalité.

D'après Rosen (2020), « la différence entre la durabilité et le développement durable est que le premier est un état existant et le second est une ligne de conduite ».

2.2.3 Le Green Deal

L'Union européenne a décidé de mettre en œuvre un plan d'action qui permettrait à ses différents acteurs, tels que les institutions, les gouvernements, les entreprises, de s'améliorer en matière de durabilité. Ce plan d'action, appelé « Pacte Vert » (ou « Green Deal »), a été lancé

en 2019 et vise à atteindre la neutralité carbone d'ici 2050 pour l'ensemble de l'Union européenne.

Pour atteindre la neutralité carbone de manière contrôlée, plusieurs étapes ont été fixées, comme la réduction des émissions de gaz à effet de serre de 55 % d'ici 2030. Cette transformation doit se faire dans tous les secteurs de l'économie, que ce soit l'agriculture, la mobilité ou encore l'énergie (Commission Européenne, 2023).

Le Pacte Vert est une « obligation juridique » : aucun pays de l'UE ne peut y déroger. Les institutions européennes disposent d'un système leur permettant de surveiller et d'analyser les initiatives, les transformations et les résultats de chaque pays et entreprise en la matière. Pour sa part, la Commission devra obligatoirement être transparente à propos des nouvelles lois et devra communiquer sur celles-ci aux États-Membres (Conseil européen, 2023).

Les pays de l'UE doivent participer activement aux efforts visant à réaliser les objectifs de durabilité. En effet, le Pacte Vert est un effort collectif rassemblant toutes les institutions, entreprises, gouvernements et citoyens de l'Union européenne. Une transition vers une économie circulaire demande d'énormes efforts en termes d'investissements (Commission européenne, 2023). Cette transition pourrait avoir des effets bénéfiques pour l'Europe, en la poussant vers une nouvelle croissance à la fois économique et technologique (Conseil européen, 2023).

La Commission souhaite que la transition se passe de la manière la plus juste possible pour les différents secteurs économiques et les pays. En effet, les États-Membres ne sont pas tous égaux puisque les structures d'entreprises sont différentes (sociétés unipersonnelles, PME ou grandes entreprises internationales) et parce qu'ils dépendent de plusieurs types d'industries avec divers degrés de transformation nécessaire (industrie lourde polluante, production de services, artisanat, tourisme, construction automobile...). C'est dans ce cadre que l'Union propose des aides ciblées pour les secteurs économiques et les pays les plus touchés par la transition vers une économie circulaire (Commission européenne, 2023).

Comme indiqué précédemment, l'Europe a mis en place des fonds pour soutenir les familles qui en auront besoin pour participer activement à cette évolution vers une économie plus verte. Les différents fonds sociaux pour le climat sont là pour aider à lutter contre des précarités qui pourraient éventuellement se manifester en raison de ces changements. Par exemple, l'énergie

verte pourrait devenir la seule source d'énergie possible tout en restant onéreuse, ce qui pourrait plonger certains ménages dans la précarité.

2.2.4 L'économie circulaire

Le Pacte Vert vise aussi à promouvoir l'économie circulaire afin de réduire les émissions des secteurs économiques les plus polluants comme le textile, le bâtiment, les véhicules ou encore le plastique et l'électronique. L'Europe souhaite aussi améliorer sensiblement plusieurs domaines tels que l'alimentation, plus précisément en réduisant les émissions qui proviendraient des élevages, l'usage des pesticides et l'agriculture de masse. Ce thème est aussi lié à celui de la restauration de la biodiversité dans l'UE – certaines espèces animales et végétales étant aujourd'hui en voie d'extinction. (Parlement européen, 2020)

D'après McDonald, Normandin et Sauvé (2016), l'économie circulaire est « un système économique d'échange et de production qui, à tous les stades du cycle de vie des produits, vise à augmenter l'efficacité de l'utilisation des ressources et à diminuer l'impact sur l'environnement tout en améliorant le bien-être des individus ». L' conomie circulaire touche tous les domaines économiques et a pour vocation de les rendre plus durables.

Le principe n'est plus d'utiliser les ressources de la Terre une seule fois, mais de les incorporer dans une « roue ». Une fois insérés dans la roue, les produits, les services et leurs composants permettent de r -utiliser les ressources à 100 % de leur capacité. Ce cas de figure est le but ultime de l'économie circulaire. Actuellement, nous sommes loin de cet objectif.

Toutes les étapes (design, production, distribution) sont pensées pour être durables. Il faut réparer, réutiliser et recycler (CBI, 2021).

2.2.5 Les objectifs de développement durable (ODD)

Les Objectifs de Développement Durable (ODD) ont été introduits en 2015 par les Nations Unies. Leur objectif principal est la lutte contre le réchauffement climatique et la protection de la planète tout en permettant à chaque être humain de vivre en paix et de façon convenable. Les Nations unies aimeraient réaliser ces objectifs d'ici 2030. Il existe 17 ODD qui touchent des domaines sensibles pour l'humanité et la planète, tels que la réduction de la pauvreté, l'accroissement de l'éducation, la préservation de la vie aquatique, la réduction de la consommation et la production durable. L'Union européenne a intégré ces 17 objectifs dans ses propres programmes pour devenir une économie plus durable (Programme des Nations Unies

pour le Développement, 2023). L'UE intègre ces développements par catégories et essaie de les appliquer dans toutes les politiques qu'elle met en place.

2.2.6 Le Greenwashing

Les gouvernements exercent une certaine pression auprès des entreprises pour que ces dernières deviennent plus durables et pour pouvoir réaliser les objectifs du Pacte Vert. Cependant, ces pressions peuvent avoir un effet inverse et déboucher sur du « Greenwashing ». D'après Kuipers (2023), « le Greenwashing serait un phénomène où les entreprises donnent une fausse impression de leur impact environnemental ou des avantages de leurs produits ou de leur conduite ».

Il peut se manifester de différentes manières : certaines sociétés commerciales communiquent des informations mensongères sur le degré de durabilité de leurs produits et services. D'autres formulent des affirmations non fondées, par exemple en revendiquant qu'elles ont atteint la neutralité carbone alors que ce n'est pas le cas (Kuipers, 2023).

Pour respecter le Pacte Vert, les autorités veulent que les entreprises soient plus durables, et elles n'hésiteront pas à sanctionner les entreprises qui abusent et/ou se rendent coupables de greenwashing. Les sanctions seront de plus en plus importantes ; les amendes, plus en plus élevées (Kuipers, 2023).

3 Chapitre 2 : L'Antitrust Vert

3.1 Contexte

Au cours des dernières années, la durabilité est devenue un sujet de plus en plus important, que ce soit pour les gouvernements, les entreprises ou pour les citoyens du monde entier. Les entreprises et les gouvernements souhaitent proposer de nouvelles initiatives plus durables pour améliorer la société sur les plans environnemental et social. La Commission européenne a commencé à évoquer dans ce cadre la notion de « Green Antitrust ». Ce concept fait l'objet de nombreuses discussions au sein de la Commission européenne et des autorités de la concurrence.

Margrethe Vestager, commissaire européenne à la Concurrence, a déclaré que le succès du Pacte Vert dépendra des politiques plus vertes, telles que des réglementations ou des investissements qui prônent la durabilité. Elle ajoute que toutes les parties prenantes doivent être présentes et impliquées si nous souhaitons y arriver dans le temps imparti par le Pacte Vert. Les autorités nationales de la concurrence partagent cette vision. Pour elles, les lois et les réglementations vont aider les entreprises et les pays à se diriger vers un modèle plus durable (Malinauskaite, 2022). Nous pouvons en déduire que la réglementation de l'antitrust vert rentrerait dans ces possibles réglementations.

3.2 Définition du « Green antitrust »

L'antitrust vert repose sur l'idée que les problèmes environnementaux peuvent être résolus en utilisant de nouvelles réglementations en matière de concurrence.(Schinkel, 2021).

L'« Antitrust Vert » serait un concept où les entreprises pourraient conclure des accords entre elles dans le but de s'améliorer au niveau de la durabilité. D'après l'article 101 du TFUE, les entreprises ne peuvent pas conclure d'accords qui nuisent au bien-être du marché. Ce sujet est très controversé au sein de la Commission. Certains aimeraient mettre en place ce nouveau concept alors que d'autres veulent prouver qu'il n'est pas nécessaire (Kuipers, 2022). Dans la politique de concurrence, l'article 101(1) proscrit tout accord anticoncurrentiel. Néanmoins, l'article 101(3) vient ajouter une nuance en stipulant que certains accords peuvent être acceptés, mais seulement s'ils remplissent les conditions nécessaires (Holmes, 2020).

Les autorités envisagent l'exemption des accords horizontaux entre entreprises si les accords mis en place assurent la promotion d'objectifs d'intérêt public au niveau de l'environnement et

de la durabilité. Les gouvernements souhaitent promouvoir des produits plus environnementaux auprès des clients, en proposant des énergies plus vertes et en voulant donner plus de libre arbitre aux entreprises pour améliorer la durabilité en les autorisant à conclure des accords entre elles (Schinkel, 2017).

3.3 Conditions d'exemption des accords de durabilité

L'article 101, paragraphe 3 du TFUE reprend les quatre conditions qui autorisent les entreprises à conclure des accords horizontaux entre elles, pour autant que ces accords aient un objectif de durabilité. Ils seront vérifiés à travers l'évaluation des autorités de concurrence.

La première condition est que l'accord doit apporter des avantages mesurables en termes de développement durable. Les accords seront vérifiés par les autorités de concurrence qui prendront désormais en compte les impacts environnementaux et sociaux de ceux-ci. Ils doivent pouvoir promouvoir les investissements et les activités économiques qui contribuent positivement au développement durable de l'UE. Aujourd'hui, les consommateurs sont enclins à acheter des produits meilleurs pour l'environnement et fabriqués dans des conditions plus équitables.

La deuxième condition est que les consommateurs doivent toujours recevoir une part équitable des avantages de la durabilité. En d'autres termes, le consommateur ne doit pas être mis de côté et il doit recevoir une partie des bénéfices liés à la durabilité. Si le client est prêt à payer plus cher en raison d'un accord anticoncurrentiel, il doit pouvoir profiter, en contrepartie, d'avantages offerts par les entreprises. Il ne faut pas que les entreprises utilisent ce moyen pour proposer des prix trop élevés. Il convient de trouver un équilibre entre les avantages que les consommateurs vont recevoir et le prix payé.

La troisième condition est que la restriction de la concurrence doit être nécessaire pour obtenir les avantages liés à la durabilité. L'accord anticoncurrentiel ne doit pas aller au-delà de ce qui est nécessaire pour générer les avantages prévus par rapport à la concurrence. L'amélioration réelle a besoin d'être non marginale pour qu'elle puisse satisfaire la condition trois. En conclusion, les améliorations en matière de durabilité doivent être significatives et les entreprises ne doivent pas restreindre délibérément la concurrence.

La dernière condition explique que l'accord ne peut pas éliminer toute trace de concurrence autour du produit concerné. La concurrence doit être toujours présente, même si ce n'est pas dans tous les aspects du produit (Schinkel, 2021)

3.4 L'Autriche et l'antitrust vert

Avec le Pacte Vert, les gouvernements doivent commencer à prendre des mesures. Dans ces circonstances, l'Autriche a décidé de faire appel à l'antitrust vert. Cette nouvelle exemption a été ajoutée au Cartel Act de la loi Autrichienne.

L'Autriche est devenu le premier État-Membre de l'UE à adopter une disposition basée sur l'antitrust vert. En 2021, le parlement autrichien a adopté une exemption permanente à la loi autrichienne sur la concurrence. Il espérait de la sorte favoriser la collaboration « verte » entre les entreprises. A ce jour, le champ d'application de cette exemption n'est pas encore clairement défini. Seules l'Autriche et l'ACM, les autorités néerlandaises de la concurrence, ont déjà pris les devants en ce qui concerne l'antitrust vert.

Cette loi autrichienne stipule que « Tous les consommateurs doivent recevoir une part équitable de l'avantage qui en résulte si l'amélioration de la production, la distribution des biens ou la promotion du progrès technique contribue à une économie écologiquement durable ou climatiquement neutre. » (Robertson, 2022)

Comme pour la loi sur les cartels, cette exemption concernant la durabilité doit remplir plusieurs conditions pour pouvoir exister et être viable, tant sur le plan de la concurrence que de la durabilité. Ce sont les mêmes conditions que citées précédemment.

- La première condition explique que l'accord conclu entre les compagnies doit pouvoir améliorer la production, la distribution des biens ou promouvoir le progrès technique lié à la durabilité. Cela signifie que ces avantages peuvent être pris en compte lors de l'examen d'une exemption individuelle pour une collaboration inter-entreprises en matière de durabilité. L'objectif principal de l'accord doit être la volonté d'évoluer vers une économie durable.
- La deuxième condition présume que les consommateurs ont droit à une part équitable des avantages de durabilité résultant de ces initiatives. En d'autres termes, les consommateurs reçoivent des bénéfices qui découlent des actions prises par les entreprises. Même si les initiatives peuvent engendrer une augmentation des coûts pour le consommateur, il peut recevoir des avantages ailleurs. En effet, les avantages sont à la fois internes (comme une économie d'énergie réalisée par les

consommateurs) ou externes (la réduction de la pollution atmosphérique). En intégrant ces avantages internes et externes, les consommateurs peuvent recevoir plus de bénéfices.

- Les accords ne peuvent pas imposer aux entreprises des restrictions qui ne sont pas nécessaires pour atteindre les objectifs de durabilité.
- L'accord ne peut en aucun cas supprimer la concurrence : il doit toujours subsister une forme de concurrence entre les parties prenantes.

L'Autriche a été claire sur ce que la durabilité écologique signifiait pour elle, à savoir « une utilisation prospective et prévenante des ressources naturelles » (Robertson, 2022). Pour les institutions autrichiennes, la durabilité comprend notamment la protection du climat en premier lieu, mais aussi la transition vers une économie circulaire (Robertson, 2022).

L'Autriche n'a pas de mis de limites à ses objectifs de durabilité. En effet, les initiatives concernant la durabilité ne doivent pas être limitées. Si l'on prévoit des restrictions, les entreprises pourraient hésiter à se lancer dans des accords de durabilité, et ce, même si la restriction de certaines initiatives donne aux entreprises une certitude juridique en termes de durabilité et de reconnaissance des initiatives.

Sans limites, les actions en termes de durabilité peuvent être plus importantes et même aller au-delà des engagements légaux de l'Autriche ou de l'UE. L'Autriche utilise la taxonomie du règlement de l'UE pour définir quelles améliorations sont considérées comme valables aux yeux de leur nouvelle loi. Les accords durables doivent donner une description détaillée de l'accord et des avantages qui seront obtenus grâce à celui-ci. Toutes ces réglementations sont nécessaires pour éviter tout abus ou greenwashing de la part des sociétés impliquées (Robertson, 2022).

Actuellement, l'Autriche crée des lignes directrices pour expliquer quelles sont les démarches à suivre et comment peuvent se concrétiser ces accords. Cette approche est nouvelle et inédite dans la loi autrichienne. L'Autriche souhaite rendre la concurrence plus verte et permettre d'atteindre les objectifs du Pacte Vert. Cependant, la Commission européenne émet encore des réserves quant à l'antitrust vert, et la concurrence nationale de l'Autriche doit être en accord avec les services de la concurrence au niveau européen. L'avenir nous dira si la Commission acceptera cette nouvelle loi (Robertson, 2022)

3.5 Lien entre l'Antitrust Vert, la compétition et la durabilité

Il existe un lien étroit entre concurrence et durabilité : la concurrence doit pouvoir stimuler l'innovation en faveur de pratiques et de produits plus respectueux de l'environnement. Dans un contexte de concurrence, les entreprises sont incitées à trouver des solutions durables afin de répondre à la demande croissante des consommateurs soucieux de l'impact environnemental. Cette compétition encourage les entreprises à développer des technologies et des produits novateurs qui contribuent à la durabilité globale (Holmes, 2020).

Conséquence positive de cette compétition : une transparence accrue et davantage d'informations disponibles pour les consommateurs. En effet, dans un contexte concurrentiel, les entreprises cherchent à mettre en avant les caractéristiques de durabilité de leurs produits afin de se distinguer et d'attirer les consommateurs sensibles à ces enjeux. Ces derniers sont ainsi mieux informés de leurs choix et peuvent prendre des décisions avisées en faveur de produits durables (Holmes, 2020).

Cette concurrence peut également être exploitée de manière néfaste, notamment à travers des pratiques de « greenwashing » où les entreprises exagèrent ou trompent les consommateurs sur les caractéristiques environnementales de leurs produits. De plus, il existe un risque de formation de cartels ou d'ententes anticoncurrentielles qui pourraient entraver la concurrence et nuire aux consommateurs. C'est dans ce contexte que le concept d'antitrust vert prend toute son importance (Schinkel, 2021).

L'antitrust vert implique l'application des lois antitrust pour prévenir les pratiques anticoncurrentielles qui entraveraient la durabilité et pour promouvoir les initiatives de développement durable. Les autorités de la concurrence, telles que l'autorité des Pays-Bas, l'ACM (Authority for Consumers & Markets), développent des lignes directrices qui permettent aux entreprises de mettre en œuvre des accords de développement durable tout en respectant les règles de concurrence (ACM, 2021).

Ces lignes directrices offrent aux entreprises un cadre clair pour évaluer les possibilités de conclure des accords de développement durable dans les limites du droit de la concurrence. Elles permettent la mise en place d'initiatives de durabilité tout en maintenant une concurrence loyale et en protégeant les intérêts des consommateurs (ACM, 2021).

Le Pacte Vert de l'Union européenne joue un rôle majeur dans la promotion de l'antitrust vert. En renforçant les normes de durabilité et en poussant les consommateurs à adopter des comportements plus durables, le Pacte Vert influence les pratiques des entreprises. Les entreprises doivent démontrer que leurs produits et services respectent les normes plus strictes du Pacte Vert, ce qui peut, à court terme, entraîner des coûts liés à la transition vers des modèles plus écologiques. Ces coûts pourront être supportés par les institutions qui souhaitent avoir une transition juste. Dans d'autres cas, les entreprises décideront de s'allier pour supporter les coûts, d'où le lien avec l'antitrust vert (Malinauskaite, 2022).

En résumé, la concurrence peut favoriser les innovations durables, mais il est essentiel de prévenir les pratiques anticoncurrentielles et de promouvoir une concurrence équitable. Le concept d'antitrust vert s'inscrit dans cette perspective, en appliquant les lois antitrust pour soutenir les initiatives de développement durable et en élaborant des lignes directrices pour guider les entreprises dans ce domaine. Le mouvement de l'antitrust vert n'a pas encore été vérifié (ce modèle étant très récent). Pour le moment, le concept peut proposer d'améliorer la durabilité ou, au contraire, être contre-productif pour la concurrence et la durabilité.

4 Chapitre 3 : Analyse

Dans ce chapitre, nous analyserons plusieurs cas d'entreprises qui ont déjà tenté l'expérience « Antitrust Vert ». Il s'agit de collaborations entre entreprises visant à s'améliorer en termes de durabilité. La plupart des cas d'affaires se sont déroulés en Europe durant les 20 dernières années. Après avoir décrit et analysé les cas, nous déterminerons les effets et les conséquences subies par les différentes parties, tels que le marché, les entreprises ou encore les consommateurs. Certaines conséquences seront appuyées par des auteurs ayant écrit sur le sujet.

4.1 Section 1 : Antitrust vert – étude de cas

4.1.1 Cas n° 1 - Les autorités néerlandaises pour les consommateurs et les marchés (ACM)

Dans la politique de concurrence actuelle en Europe, les autorités doivent évaluer les accords et les fusions pour éviter des effets nuisibles sur le marché. L'ACM a voulu y ajouter une nouvelle dimension. En effet, l'accord / la fusion sera plus facilement accepté(e) s'il / elle est profitable au citoyen et au climat. L'évaluation ne porte plus seulement sur le consommateur mais sur la société en général. (Schinkel, 2019).

L'ACM souhaite concentrer les efforts des entreprises et des consommateurs sur la durabilité et la lutte contre le réchauffement climatique. Il faut noter que cette initiative de concentration des efforts concerne aussi les générations futures de consommateurs, sur le citoyen en général et sur son bien-être. Dans le cas présent, le citoyen est considéré comme chaque individu à tout moment de sa vie, et non seulement quand il consomme (Schinkel, 2019).

Actuellement, l'ACM a sorti un premier draft avec des lignes directives qui expliquent pourquoi on accepte les accords entre entreprises pour soutenir la durabilité et quelles sont les règles que les compagnies doivent suivre. D'après ACM, il existe déjà des accords utiles pour la durabilité et qui ne tombent pas sous les effets des cartels. Par exemple : les codes de conduite ont pour objectif de favoriser des comportements respectueux sur les plans environnementaux ou sociétaux. Pour donner un exemple plus concret, quand une entreprise obtient un label ou une certification, il est question d'un accord entre cette entreprise et le label, et ce, pour promouvoir l'utilisation de meilleurs produits.

Comme dit précédemment, certains accords qui pourraient être liés à des cartels sont acceptables par l'ACM si le but principal est de promouvoir la durabilité. Ces accords ont pour objectif d'accélérer la durabilité : leurs avantages compensent les restrictions en matière de concurrence. Pour que l'accord soit accepté, il doit respecter quatre critères : il doit offrir des gains d'efficacité pour les entreprises ou pour la durabilité (promotion de technologie durable), les utilisateurs des produits doivent recevoir une part équitable de ces avantages (prix plus abordable en ce qui concerne les produits durables), la restriction de la concurrence doit être nécessaire pour récolter les avantages (restriction ciblée) et la concurrence ne peut pas être éliminée, il faut toujours qu'elle soit présente à un certain niveau. (ACM, 2021)

Cas n° 1A – Chicken of Tomorrow

Un peu de contexte : les producteurs de volailles et l'industrie des supermarchés ont décidé de conclure un accord qui permettrait d'améliorer la production de poulet et de la rendre plus durable. De nos jours, beaucoup de consommateurs se demandent d'où viennent leur produit et si le bien-être animal a été respecté. Face à cet engouement, les supermarchés ont voulu proposer aux clients des poulets élevés de façon respectable et durable dans leur magasin et ce, en refusant de vendre du poulet « industriel ». Certains critères ont été définis pour pouvoir vendre le poulet dans les grandes surfaces.

L'ACM a dû contrôler cet accord sur la base de ses critères d'évaluation afin de déterminer quels seraient les coûts et les avantages liés à cet accord (ACM, 2015).

Les autorités ont analysé les avantages potentiels pour les consommateurs. Premièrement, un des avantages pour le consommateur est la création de valeur pour celui-ci surtout si le consommateur accorde une attention particulière aux produits durables. Des produits plus durables impliquent des coûts supplémentaires pour le consommateur. En complément, la volonté du consommateur doit rentrer dans l'équation : certains consommateurs sont prêts à payer plus pour de meilleurs produits.

Dans le cas présent, les grandes enseignes n'ont pas bien communiqué envers les consommateurs sur les avantages de l'achat de ce poulet. Dès lors, les clients n'ont pas été motivés à en acheter. Les coûts étaient plus élevés que les avantages. Dans le cas présent, en ne proposant qu'un seul poulet dans certains supermarchés, les entreprises ne proposaient pas de différenciation pour le client, ni de produits moins chers pour ceux qui le souhaitaient. (ACM, 2015).

Pour finir, l'ACM a indiqué que cette manière de faire était trop restrictive et décidé qu'il y avait d'autres moyens pour améliorer la production du poulet et la rendre plus durable. Les restrictions étaient supérieures à ce que l'ACM accepte pour atteindre les objectifs de durabilité. L'évaluation a prouvé que cette initiative suscitait plus de coûts que de bénéfices. L'ACM en a donc conclu qu'il fallait stopper l'accord. En effet, les producteurs et les supermarchés restreignaient la concurrence : cela nuisait au marché - en excluant certaines entreprises et en privant la liberté des entreprises de choisir leurs fournisseurs. Certaines informations confidentielles auraient aussi été divulguées (limitant l'accès aux informations pour le consommateur) (ACM, 2015).

En conclusion, l'ACM fait preuve de vigilance durant son évaluation pour éviter que de nouveaux cas comparables se reproduisent. Les autorités de la concurrence doivent prendre en compte les avantages environnementaux et sociaux potentiels des accords de durabilité, tout en évaluant attentivement leur impact sur la concurrence et les consommateurs. L'affaire "Chicken of Tomorrow" souligne la nécessité d'un équilibre délicat entre les objectifs de durabilité et la préservation de la concurrence. Les accords de durabilité doivent être conçus de manière à promouvoir la durabilité tout en maintenant un environnement concurrentiel sain pour le bénéfice des consommateurs et de l'innovation.

Cas n° 1B - Energie

L'ACM a examiné et analysé un autre cas d'antitrust vert. Ce cas concerne un accord régional sur l'énergie et sur des centrales électriques. Cet accord était voulu par plusieurs associations, dont EN (Energie Nederland). Toutes les parties prenantes souhaitaient que l'énergie au Pays-Bas soit plus durable. Dès lors, l'accord visait à fermer des centrales électriques construites dans les années 1980 et fonctionnant au charbon. En fermant ces centrales, les Pays-Bas allaient subir une diminution de 10 % de leur capacité à produire de l'électricité, ce qui aurait sans aucun doute augmenté le prix de l'électricité.

L'ACM a décidé de mettre en place une évaluation basée sur les 4 critères autorisant les accords favorables à la durabilité. L'ACM en a conclu qu'il y avait plus de désavantages que de bénéfices si la fermeture des centrales était acceptée. En effet, la capacité à fournir de l'électricité aurait diminué et le prix de l'électricité aurait augmenté. Cela aurait coûté plus de

75 millions d'euros par an aux Pays-Bas, et les avantages en termes de durabilité n'auraient pas pu compenser cette perte. Comme pour le cas précédent, l'ACM a décidé de ne pas accepter cet accord.

Dans les deux cas que nous venons d'analyser, la nouveauté réside dans le fait que les critères de durabilité sont désormais pris en compte dans l'évaluation et l'analyse des accords.

4.1.2 Cas n° 2 - Constructeurs automobiles

Il y a eu de nombreux scandales autour de la pollution générée par l'automobile.

D'une part, des constructeurs ont utilisé des dispositifs de manipulation lors de tests de contrôle de pollution, pour fausser les résultats des émissions. Les autorités pensaient que ces véhicules étaient moins polluants et qu'ils émettent des émissions beaucoup plus faibles qu'en réalité. Résultat : une classification plus basse pour le calcul des taxes dues par les citoyens. C'est dans ce contexte que la Commission a infligé une amende de 875.000.000 € à Daimler, BMW et le groupe Volkswagen (Volkswagen, Audi et Porsche). Daimler étant celui qui a révélé la collusion, il n'a pas dû payer l'amende.

D'autre part, au cours des dernières années, nous avons assisté à des préoccupations croissantes concernant les émissions réelles des véhicules diesel, en particulier les niveaux d'oxyde d'azote (NOx) qui sont des émissions polluantes pour l'air et qui sont émises par les moteurs de type diesel. Normalement, l'AdBlue (un additif) est une solution utilisée pour réduire le NOx.

Les constructeurs automobiles ont enfreint également d'autres règles de la concurrence car ils se sont concertés en se partageant des informations sur le développement technique dans le domaine du nettoyage NOx. Pendant plusieurs années, ils ont évité de se faire concurrence en termes de nettoyage des moteurs diesel grâce au AdBlue, même s'ils possédaient la technologie nécessaire pour faire mieux que la norme requise par la législation.

Ils ont donc faussé la concurrence et n'ont pas respecté l'effort collectif pour aider l'Europe. En effet, la pollution automobile est un des plus gros soucis pour l'Europe et le Pacte Vert. En évitant d'améliorer leur nettoyage des moteurs diesels, les entreprises se sont mises à dos la Commission. C'est le groupe Daimler qui a révélé la collusion à la Commission. Comme indiqué précédemment, le groupe n'a eu aucune amende, contrairement à Volkswagen, qui a bénéficié d'une réduction sur l'amende, et BMW qui a dû payer le prix plein. De plus, les constructeurs ont pratiqué du greenwashing en disant que les véhicules diesel étaient moins

polluants grâce à l'AdBlue, et ce, alors qu'ils faussaient les résultats des tests de conformité. En procédant de la sorte, les constructeurs automobiles empêchent la transition vers une Europe plus verte (Commission européenne, 2021). Dans ce cas spécifique, il y a une différence par rapport aux deux cas précédents. Dans cette situation, quand l'entente a été exposée et interdite, l'accent a été mis sur la lutte contre les cartels et l'implication néfaste qu'ils peuvent potentiellement avoir sur l'environnement.

4.1.3 Cas n° 3 – Produits détergents

Une enquête a été menée à l'encontre de plusieurs grandes entreprises, à savoir Unilever, Henkel et P&G. L'infraction concerne des produits détergents pour machines à laver qui ont été vendus à des consommateurs dans plusieurs pays, notamment la Belgique, la France ou encore les Pays-Bas.

Ces trois entreprises ont voulu travailler ensemble pour participer à une initiative environnementale visant à réduire la quantité de poudre utilisée par le consommateur et, par-delà, à réduire les emballages. Elles en ont profité pour ne pas se faire concurrence et donc garder l'avantage de la part de marché. Elles ont aussi eu plusieurs discussions sur les prix du marché, pour fixer leur prix à un certain niveau.

Avec des prix fixés, les entreprises étaient sûres de maintenir leurs bénéfices et de ne pas se faire concurrence. Ce comportement réduit et fausse la concurrence. En diminuant la poudre à lessiver et les emballages pour éviter d'utiliser trop de ressources, ils étaient censés diminuer le prix du produit. Néanmoins, ils se sont mis d'accord pour ne pas ajuster le prix, ce qui nuit aux consommateurs. Ils ont aussi décidé de diminuer leurs activités promotionnelles, ce qui est une forme de collusion. Les trois entreprises ont également échangé des informations confidentielles sur les prix et sur les ventes, ce qui est interdit.

Les entreprises ont donc été confrontées à une évaluation et ont reçu une amende. Sachant qu'Henkel a avoué la collusion à la Commission, l'entreprise a bénéficié d'une immunité et n'a pas dû payer l'amende définie par les autorités. P&G a payé un montant de 211.200.000 € et Unilever 104.000.000€ (Commission européenne, 2011).

4.1.4 Cas n° 4 - Construction d'appareils domestiques (CECED)

Pour l'analyse de ce cas, nous remontons en 1999 où la Commission européenne a mené une enquête dans l'industrie des machines à laver. La CE s'est concentrée sur les pratiques

commerciales des fabricants membres du CECED, le conseil européen de la construction d'appareils domestiques. Cette enquête visait à déterminer s'il y avait eu des comportements anticoncurrentiels entre les fabricants.

Le CECED a créé un accord où les différentes parties devaient arrêter de produire certains types de machines à laver considérées comme trop énergivores et polluantes. En parallèle, le groupe CECED voulait mieux éduquer les consommateurs à propos de l'environnement et des effets des machines sur celui-ci. Les fabricants voulaient ainsi faire la promotion de nouvelles technologies qui permettraient de réduire la consommation énergétique. Nous pouvons déterminer qu'il y avait un but écologique derrière cet accord, même si le groupe ne s'est jamais véritablement prononcé sur les avantages environnementaux escomptés.

Les membres du CECED se sont mis d'accord pour stopper la production et l'importation des machines trop énergivores. Avec cet accord, les membres savaient que la demande des consommateurs de continuer à fabriquer ces machines ne serait plus respectée. Or, au contraire, cette réduction de capacité a eu comme conséquence de limiter le choix du consommateur à certaines catégories de machines à laver. A cette époque, la technologie n'était pas aussi évoluée, ce qui réduisait la gamme, et donc le choix pour les consommateurs.

Face à ces décisions, certains fabricants ont vu leurs coûts de production augmenter drastiquement. Les coûts de production unitaires augmentant, les prix proposés aux clients ont eux aussi progressé en conséquence. L'accord contrôlait le marché des machines à laver si bien que le jeu de la concurrence en est faussé. Par la suite il fut appris que l'accord voulait que les différents participants échangent leurs informations à propos de la technologie utilisée, ou encore sur les ventes, ce qui est parfaitement illégal dans la politique de concurrence (Commission européenne, 2000).

D'après la Commission européenne, le CECED voulait que les avantages pour le client se voient sur les factures d'utilisation des appareils. En effet, le produit subissait une hausse des prix mais le consommateur aurait eu des bénéfices sur sa facture d'énergie (Schinkel, 2021)

La Commission a décidé de lancer une enquête sur ce dossier, et en a conclu que l'accord avait plus de points négatifs que positifs pour la concurrence. En effet, l'accord a restreint la concurrence, proposé des prix plus élevés, limité l'innovation technologique et les membres ont échangé des informations commerciales confidentielles. Tous ces éléments ont convaincu

la Commission d'arrêter les actions du CECED et de lui imposer une amende. Le CECED voulait proposer de réduire la consommation énergétique mais il l'a fait de la mauvaise manière et a faussé la concurrence (Commission européenne, 2000)

4.1.5 Cas n° 5 - Coalition entre les entreprises d'assurance (NZIA)

En 2021, l'Organisation des Nations Unies décide de mettre en place une coalition d'assureurs et de réassureurs, appelée Net Zero Insurance Alliance (NZIA). L'objectif de ce collectif est d'aider les entreprises d'assurance à atteindre la neutralité carbone en 2050. Les compagnies, qui rejoignent cette alliance, soutiennent la transition vers le net-zéro. (UN environment programme, 2023).

Ce collectif fait partie d'une plus grande coalition appelée l'Alliance de Glasgow (Glasgow Financial Alliance for Net-Zero). Le GFANZ réunit les plus grandes institutions financières du monde souhaitant se diriger vers un modèle économique net-zéro. Dans cette alliance, il existe une multitude de sous-coalitions réparties en fonction du type d'entreprises. Leur principal objectif est d'accélérer la décarbonisation du secteur financier. (GFANZ, 2023).

Au début de l'année 2023, la NZIA était composé de 29 grandes institutions du monde de l'assurance, tel que AXA, Allianz, Munich RE, Swiss RE. Ensemble, les membres de la coalition fournissaient des méthodologies et des améliorations pour décarboniser leur secteur afin d'atteindre la neutralité carbone en 2050 (UN environment programme, 2023).

Plusieurs membres notables, tels que AXA et Allianz, ont décidé de quitter l'alliance. La NZIA a voulu mettre en place une proposition obligeant les compagnies d'assurance à ne plus assurer les entreprises utilisant le charbon ou les énergies fossiles directement ou dans leurs investissements. La sortie de ces assureurs de la coalition est due à des impacts indirects de la non-assurabilité des entreprises du secteur du charbon et de l'électricité. Pour les assureurs sortants de la NZIA, le risque de non-assurance des acteurs du carbone aurait pu être la hausse des coûts d'exploitation des centrales électriques au charbon et dont indirectement de l'électricité.

Selon les partisans anti-ESG aux USA, cette alliance et la décision de non-assurabilité des entreprises « non vertes » ont eu pour effet de provoquer une distorsion du marché. Pour eux, les alliances, telle que la NZIA, enfreignent les règles de la concurrence (Bindman, 2023).

Au cours du mois de mai et de juin 2023, les différentes alliances au sein du GFANZ ont été mises en question par plusieurs politiciens américains qui voient ces alliances comme une attaque à la saine concurrence. La GFANZ explique que les alliances entre entreprises soutiennent la cause de la transition écologique et n'ont pas pour objectif de fausser la concurrence entre elles.

Malgré cela, plusieurs compagnies d'assurances ont cédé face aux menaces des politiciens américains. En effet, ces entreprises ne souhaitent pas prendre de risques et ont préféré quitter l'alliance. Probablement, au travers de leur participation à la NZIA, ils allaient devoir surmonter des obstacles tant juridiques qu'économiques, comme la perte de parts de marché en Amérique du Nord. Pour autant, les entreprises ayant quitté l'alliance ont annoncé continuer de leur côté à progresser en termes de durabilité comme AXA, citant ses propres efforts individuels (Bryan, 2023).

L'avenir de l'alliance NZIA comme les autres coalitions du GFANZ reste incertaine pour le moment. L'UE, de son côté, soutient que si les entreprises ne peuvent agir librement, ce serait dû à un manque de réglementation en terme d'accords de durabilité. L'UE a décidé que, à partir du mois de juillet, les règles en matière de concurrence seraient assouplies pour permettre ce type d'alliances entre entreprises. L'objectif étant de protéger les entreprises qui concluent de tels accords.

Néanmoins, les règles de l'UE sont plus nuancées que celle de l'ACM, par exemple. L'EU reconnaît que les avantages collectifs ne peuvent pas justifier tous les accords anticoncurrentiels. Comme indiqué précédemment, l'ACM, les autorités de concurrence néerlandaises, ont accepté les accords de durabilité bénéfiques pour l'environnement. Cependant, avec l'UE qui est l'autorité principale en Europe, l'ACM est limitée dans ses actions (Bryan, 2023).

4.2 Section 2 : Antitrust vert – Effets sur les parties prenantes

Après cette revue des différents cas d'étude sur l'antitrust vert, focalisons-nous sur l'impact de l'antitrust vert sur des parties prenantes : le marché et les consommateurs, la durabilité, la concurrence et, enfin, les entreprises. L'impact sera étudié au travers des cas analysés précédemment et en fournissant l'opinion de différents auteurs. Sur cette base, nous pourrions évaluer les impacts positifs et négatifs du concept.

4.2.1 Le marché et les consommateurs

L'antitrust vert apporte une série de bouleversements dans le marché et pour les consommateurs actuels. Comme nous l'avons mentionné précédemment, la saine concurrence accorde une place centrale aux consommateurs, assure la protection de ces consommateurs afin de les prémunir de toute pratique abusive, améliore l'efficacité du marché (au travers d'innovation, compétitivité et accès au marché) et protège le bien-être du consommateur (Denoix, 2007).

Or, au travers des cas, nous avons fait trois constats que nous développons ci-après :

- La place centrale du consommateur est affaiblie par le besoin de durabilité, l'intérêt général devient plus important ;
- La part équitable se trouve réduite ;
- Le prix des produits augmente à cause d'investissements sur les produits

Le dernier constat concerne les aspects pervers de l'antitrust vert sur le marché et les consommateurs.

Place centrale du consommateur

Tout d'abord, au travers du concept antitrust vert, le consommateur direct n'est plus l'élément moteur unique pour les entreprises. Étant donné que les accords de durabilité ont un impact sur l'environnement et le développement durable, il semble cohérent que ces deux éléments soient pris en compte en priorité dans le développement des produits. Les consommateurs sont toujours présents puisqu'ils apportent les revenus et bénéfices nécessaires pour la continuité des entreprises, mais ce sont plus tôt les futures générations qui deviennent le point d'attention dans le développement du produit.

Nous avons noté dans le cas « ACM » et au travers des réglementations mises en place par l'Autriche qu'avec l'antitrust vert, le focus est centré sur l'intérêt général. Le consommateur direct et indirect sont remplacés par le concept de citoyen. Toutefois, la réaction des grands acteurs du marché de l'assurance dans le cas « NZIA » montre que les entreprises restent orientées vers les consommateurs actuels et leur rentabilité.

Part équitable

Les accords entre les entreprises ont un objectif initial de donner une part « équitable » des avantages liés à la durabilité aux consommateurs et aux entreprises elles-mêmes, comme une réduction de la pollution, une certification verte...

Schinkel (2021) estime qu'avec la part équitable générée, les consommateurs ne sont pas pleinement récompensés de leurs achats durables. En effet, comme indiqué plus haut, ce n'est plus seulement le consommateur qui est important mais le non-consommateur acquiert une part des bénéfices attendus par la durabilité. La part équitable, qui permet de travailler sur les aspects environnementaux, ne doit pas faire oublier que le prix reste déterminant pour certains consommateurs. Ces derniers doivent avoir une certaine volonté de payer pour des produits durables, généralement plus chers. C'est grâce à cette volonté qu'ils vont recevoir les bénéfices attendus au travers de la durabilité.

L'apparition des produits durables impacte les produits existants sur le marché. Ils sont appelés les produits « gris » car ils ne sont pas durables. En effet, les entreprises peuvent décider de s'accorder pour créer plus de produits durables et ce au détriment de ceux qui existent actuellement. Par exemple, dans le cas de « CECED » ou des « Chicken of Tomorrow », les entreprises souhaitaient faire arrêter les produits non durables comme les machines à laver ou les poulets « industriels ». Ces cas ont réduit la différenciation pour les consommateurs et ont laissé place à des choix plus restreints.

Le prix

Comme abordé ci-avant, une modification importante qui impacte le consommateur est le prix du bien. En effet, celui-ci devient durable, de meilleure qualité, ayant nécessité des investissements plus ou moins conséquents en recherche & développement,... Ces éléments impactent les coûts de production pour les entreprises, qui les répercutent sur les prix de vente. Si le consommateur a la volonté de payer plus cher, l'augmentation du prix ne sera pas un problème, surtout que la maturité du marché pourra, à moyen terme, pousser les prix vers le bas.

Malgré leur bonne volonté, certains consommateurs ne sont pas prêts à payer plus cher pour des produits durables. S'ils trouvent l'équivalent des produits durables mais en moins cher, ils seront plus intéressés par ces produits « gris ». Les accords de durabilité ne peuvent pas restreindre la concurrence et nuire au marché en excluant des produits non durables (Cas

« Chicken of Tomorrow »). A noter aussi que la proposition d'avoir plus de produits verts permet aux consommateurs d'avoir un plus large panel de choix, pour autant que d'autres choix ne soient pas supprimés comme avec dans le cas « CECED - Machines à laver ». En effet, c'est la rentabilité actuelle qui permettra aux entreprises de répondre à la demande croissante de produits durables au travers d'investissements.

Effets négatifs

Certains accords, tels que l'Energie aux Pays-Bas, ont un impact négatif sur le marché. Si cette entente avait été acceptée, le marché de l'électricité néerlandais aurait été fortement touché. Il y aurait eu un manque d'électricité dans le pays avec comme conséquence une forte augmentation des prix. Comme dans le cas des assureurs (Cas « NZIA »), nous nous apercevons que certaines compagnies peuvent décider de ne plus être associées aux entreprises néfastes pour l'environnement, entraînant un dérèglement non contrôlé du marché. Ce bouleversement aurait pu induire l'augmentation des prix dans les secteurs liés à l'énergie fossile avec des conséquences très importantes sur le marché et donc pour la protection des consommateurs .

4.2.2 La durabilité

Les cas d'étude (Cas « Constructeurs automobiles » et « Détergents ») montrent qu'un des problèmes pouvant être rencontré avec l'antitrust vert est le greenwashing.

Le risque de greenwashing

En utilisant les accords de durabilité, les entreprises peuvent prétendre vouloir s'améliorer en termes de développement durable mais, a contrario, empirer la situation. Par exemple, les constructeurs automobiles faussaient les tests de conformité et les résultats générés par l'AdBlue, censé réduire la pollution des véhicules diesel. Ils ont préféré d'un côté mentir sur les résultats des tests anti-pollution et d'autre part, entrer en collusion pour avoir une meilleure part de marché.

Le même phénomène de greenwashing s'est produit avec le cas des détergents, où l'impact n'a pas été sur la durabilité du produit mais sur le prix payé par les consommateurs. Ce dernier a fini par payer plus cher pour une quantité moindre de poudre sans constater d'améliorations en termes de durabilité.

Au travers de la volonté de l'UE de promouvoir le Pacte Vert, ce genre d'attitude des entreprises ou d'association d'entreprises pourrait arriver plus fréquemment qu'auparavant. Toutefois, tous les accords et toutes les innovations ne sont pas nécessairement négatifs. En effet, une entreprise peut demander ou se faire valoir d'un label reconnu ou d'une certification sur la durabilité, comme EcoVadis. Ces initiatives de labélisation externe vont pousser les compagnies à s'investir d'autant plus dans les services durables, afin de rassurer les marchés et les consommateurs sur la véracité de la démarche durable.

Effets négatifs

La durabilité peut être utilisée comme avantage concurrentiel et permettre l'attractivité pour les produits de l'entreprise. Au fil du temps, la concurrence va s'accroître et va engendrer plus de durabilité, attirant ainsi plus de clients et une rentabilité accrue pour les entreprises avec produits durables.

Certaines compagnies se serviront des accords de durabilité proposés par l'antitrust vert pour accroître leur rentabilité, maximisant leurs profits au détriment des consommateurs en proposant de nouveaux produits qui seront plus chers sans toutefois apporter une réelle valeur ajoutée en termes de durabilité. Les initiatives de durabilité en coopération avec d'autres entreprises peuvent avoir un effet négatif comme dans les cas établis précédemment (« Constructeurs automobiles », « Détergents » et « CECED – Machine à laver »).

4.2.3 La concurrence et les pratiques anticoncurrentielles

Si l'antitrust vert est accepté dans l'Union Européenne, de nombreux changements pour la politique et ses réglementations liées à la concurrence devront voir le jour. Ces modifications législatives auront des impacts plus ou moins importants sur la concurrence entre les entreprises et sur le marché. Nous aborderons ainsi les conditions d'exemption proposées dans certains cas étudiés, les impacts sur les autorités de la concurrence et les changements dans les pratiques d'évaluation du fait des entreprises.

Conditions d'exemptions proposées

Tout d'abord, comme nous avons pu l'analyser avec le cas de « l'ACM » et avec l'Autriche, de nouvelles conditions d'exemptions devront faire leur apparition. Effectivement, dans le cadre des règles de politique de la concurrence de l'UE, il faut éviter que les entreprises aient un

bénéfice au détriment des consommateurs. Les quatre conditions proposées dans les cas étudiés nous semblent suffisantes :

- Les avantages doivent être mesurables en termes de durabilité ;
- Les consommateurs recevront une part «équitable » des avantages liés à la durabilité ;
- L'accord ne peut pas imposer des restrictions non nécessaires ;
- L'accord ne peut pas éliminer toutes traces de concurrence.

Plus de conditions signifieraient que le niveau de surveillance devrait également être renforcé au niveau des organismes de contrôle de la concurrence de l'UE et dans les États-Membres.

Impact sur les autorités

Grâce à ces propositions de conditions, les autorités de la concurrence pourront déterminer si l'accord proposé par les entreprises est valide ou non. Dans le cas de la concurrence dite « normale » sans l'antitrust vert, les autorités de concurrence sont obligées de procéder à une évaluation de chaque cartel. Avec la proposition des quatre conditions, l'évaluation ne sera plus simplement limitée à l'analyse de l'influence du cartel sur le marché, mais également à l'analyse de son influence sur l'ensemble de la société et sur la réalité de la mise en place de durabilité des produits et services.

Le premier impact est la nécessité d'augmenter les ressources humaines, techniques, économiques et juridiques nécessaires pour mettre en place l'évaluation d'un cartel. En effet, la durabilité est une vague de fond libérée par le Pacte Vert au sein de l'UE. Le nombre d'évaluation à effectuer par les autorités de la concurrence va s'accroître et l'examen au cas par cas des cartels va générer une augmentation du travail d'évaluation. Pour les autorités de la concurrence, cette constante surveillance demandera d'importantes ressources humaines alors que celles-ci pourraient être déployées ailleurs (Schinkel, 2021).

Le second impact porte sur l'augmentation de la portée des évaluations. Actuellement, l'évaluation des cartels se base sur la coopération entre les membres et sur l'impact qu'elle a sur les consommateurs. Néanmoins, avec la potentielle intégration de l'antitrust vert, cette évaluation devra prendre en compte non seulement le consommateur mais aussi les impacts pour la société et les intérêts sociétaux. Les autorités de la concurrence devront étendre le champ de leurs analyses. Elles ne se contenteront plus seulement de l'étude intrinsèque du cartel car les éléments extérieurs au marché seront pris en compte tels que la pollution atmosphérique ou

encore le suivi des objectifs de durabilité du Pacte Vert. L'évaluation va se compliquer car ces externalités sont imprévisibles et l'analyse des effets positifs et négatifs se complexifiera pour les autorités. Sachant que le nombre de demandes pourraient augmenter, l'efficacité de la politique de concurrence sera mise à mal et les consommateurs en seront touchés. (Peeperkorn, 2021).

Le troisième impact concerne les réactions face aux nouvelles réglementations antitrust vert. L'UE, composée de 27 États-Membres et au travers de la Commission européenne, décide du règlement de concurrence établi au sein de l'UE. Il existe également un règlement pour la concurrence dans chacun des pays membres. Comme établi dans les deux premiers cas étudiés, les autorités autrichiennes et néerlandaises ont décidé d'instaurer l'antitrust vert au sein de leurs lois sur la concurrence. Cependant, la Commission reste encore dubitative à propos du concept antitrust vert. Dès lors, que les autorités nationales de la concurrence doivent être en accord avec la concurrence européenne, l'Autriche et les Pays-Bas risquent de devoir faire marche arrière si la Commission n'adopte pas des règles spécifiques pour l'antitrust vert.

En ce qui concerne les partisans de l'antitrust vert, ils sont convaincus que la politique de concurrence est un obstacle pour la durabilité. Schinkel (2021) veut démontrer le contraire. S'il y a moins de concurrence, cela signifie moins d'alternatives pour la durabilité. Or, le développement durable pour une entreprise peut être un avantage concurrentiel. En se positionnant sur la durabilité, une entreprise peut accroître ses clients et les liens qui les unissent. En effet, l'entreprise peut devenir pour les consommateurs une marque de référence en termes de durabilité.

Changement de pratiques du fait des entreprises

Schinkel (2021) soutient que l'argument de l'antitrust vert est utilisé comme excuse par les gouvernements et les institutions européennes pour éviter de mettre en place des réglementations plus strictes en matière de durabilité pour les entreprises. Dans une concurrence dite « normale », une entreprise qui externalisent ses coûts environnementaux, est pénalisée par le marché dû aux coûts plus conséquents de ces produits en raison de son choix.

Cette approche laisserait au marché la responsabilité de gérer les problèmes liés à l'environnement de manière adéquate. Il est compliqué de savoir qu'elles seront les impacts des externalités sur le marché, celui-ci n'est pas toujours efficace dans la prise en compte de ces

externalités. Schinkel (2021) explique que pour lui ce sont aux gouvernements d'agir et de permettre que les coûts sociaux de la production soient intégrés dans ces coûts privés des fabricants. Les entreprises seraient responsables de leurs impacts et que les coûts seraient incorporés dans leurs activités commerciales.

Peeperkorn (2021) constate les entreprises qui ont tendance à innover plus sont issues de pays qui ont des règles plus strictes en matière de durabilité. En effet, un pays, imposant des règles plus contraignantes pour l'environnement, poussera ses entreprises à aller vers des modèles plus durables. Les consommateurs présentant des comportements environnementaux liés à une réglementation stricte renforceront ce lien qui pousse les entreprises à devenir durables.

4.2.4 Les entreprises

De nombreux cas présents plus haut (« Détergents », « Constructeurs automobiles », « NZIA »...) concernent des entreprises. Nous aborderons dans cette section la difficulté des premiers entrants, la complexité de l'investissement dans le durable, les impacts de la taille des entreprises concernées, le respect des consommateurs et enfin, les effets négatifs.

La difficulté des premiers entrants

Actuellement, les gouvernements et les institutions prennent énormément de temps pour mettre en place les moyens et prendre les décisions pour lutter contre des crises environnementales comme le réchauffement climatique. Face à cette lenteur, les entreprises, quant à elle, se doivent investir dans la durabilité pour suivre la demande du marché et de leurs clients.

Nous constatons toutefois que les entreprises ne veulent pas toujours s'orienter vers des produits plus durables afin de ne pas subir le désavantage du premier entrant dans un marché (Voir cas « CECED – Machine à laver » ou « Chicken of Tomorrow »). Le premier entrant dans un nouveau marché est confronté à des obstacles, tels que l'incertitude du marché, la non-maturité des clients ou les réglementations non-adaptées.

Selon les entreprises et les juristes qui les accompagnent dans la démarche, au travers de l'acceptation d'accords conjoints, les entreprises oseront plus rapidement franchir le pas vers la production durable. En proposant une réglementation qui prône la durabilité, les entreprises vont se diriger vers ce nouveau modèle économique circulaire (Schinkel, 2021).

Toutefois, les accords sur la durabilité en réponse au désavantage du pionnier ne pourraient réellement accroître la durabilité que si la volonté du consommateur de payer plus cher pour des produits plus durables augmente grâce à ces accords. Sans cette volonté de payer, le critère de compensation pour une exemption en vertu de l'article 101(3) du TFUE ne peut pas être satisfaisant. En pratique, le cas du désavantage du pionnier est rarement présent, donc les accords de durabilité ne doivent pas plus avantageux que prévu à l'origine (Schinkel, 2021).

Se regrouper pour investir

Les partisans de l'économie durable estiment que les entreprises ne seraient pas en mesure d'investir seules dans la durabilité mais bien en se regroupant au travers d'association (Voir cas « NZIA » et « Constructeurs automobiles »). Pour une entreprise seule, la transformation des produits actuels vers des produits plus durables implique des investissements financiers, des coûts de production supplémentaires et, par conséquent, une hausse des prix pour les consommateurs.

En utilisant des accords collectifs, les entreprises vont pouvoir se soutenir dans la transformation vers des produits durables selon trois axes ¹:

- L'investissement sera partagé entre toutes les participants (Cas « Constructeurs automobiles - AdBlue ») ;
- Les coûts de production pourront être réduits par partage de la production (idem) ;
- Le prix de vente au consommateur sera plus élevé mais au travers d'un différentiateur marketing, le consommateur pourra l'accepter (Cas « Chicken of Tomorrow »).

Les coûts à court terme seront assez élevés pour les entreprises souhaitant investir dans la durabilité. Avec des prix plus importants et des marges plus faibles, les entreprises sont tentées de s'allier pour pallier à ces problèmes (Gasparini, 2022)

Position de l'entreprise

Nous avons noté dans les exemples cités plus haut qu'ils concernent essentiellement des accords entre grandes entreprises à portée mondiale. De ce fait, en absence de concurrence ou lorsqu'elle est limitée, ces grandes entreprises peuvent en profiter pour fausser le marché notamment par l'acquisition d'un plus grand pouvoir de marché. Avec ce pouvoir, les entreprises prennent une position dominante ce qui les amènent à faire accroître les prix ou à

¹ Les cas cités auraient pu servir d'exemples positifs, sans les dérives expliquées plus haut

diminuer la qualité des produits afin d'obtenir de meilleurs bénéfices et ce au détriment des consommateurs. (Peeperkorn, 2021).

L'analyse nous a incité à nous poser la question de l'ajout d'un critère de taille et de localisation dans les critères issus du cas de « l'ACM » et avec l'Autriche. En effet, un accord collectif entre des PME de différents États-Membres agissant sur leur marché local respectif au sein de l'UE ne doit-il pas recevoir un aval positif des autorités de la concurrence (dans le respect des autres quatre critères) ? Nous n'avons pas assez de données pour aborder plus loin cette hypothèse.

Le respect des consommateurs

Selon Aghion (2021), il existe une relation positive entre le consommateur et les entreprises. Si le consommateur est transparent à propos de ses besoins en durabilité alors l'entreprise aura tendance à vouloir s'engager dans les produits respectueux de l'environnement ou à développer des technologies propres pour la planète.

Les consommateurs sont des éléments centraux en ce qui concerne l'orientation des investissements dans la durabilité. Avec une forte concurrence, les entreprises souhaitent faire la promotion de l'innovation verte aux consommateurs. Elles vont proposer de plus en plus de produits durables et seront incitées à pousser l'innovation afin de correspondre aux demandes environnementales de leurs clients. En ayant des consommateurs impliqués dans l'environnement, les entreprises vont utiliser la concurrence afin de mettre en avant la durabilité de leur produit (Schinkel, 2021).

Si l'entente entre les entreprises est trop rigide voire frauduleuse (Voir Cas « Constructeurs automobiles »), une limitation de la capacité à innover et à développer de nouvelles technologies sera atteinte, nuisible aux consommateurs et à son changement de perspective vers la durabilité. (Peeperkorn, 2021).

Pour autant que les produits « verts » aient un fonctionnement similaire et aient une utilisation aussi simple, dans un marché tendant à l'innovation et la libre concurrence, la coordination entre les choix de production durables et des prix stables auront des effets positifs sur les investissements dans la durabilité. Les entreprises seront tentées d'améliorer davantage la durabilité de leurs produits, apportant de nouveaux bénéfices aux consommateurs et plus

généralement aux citoyens. En conséquence, les consommateurs auront accès à une plus grande variété de produits durables, ce qui va augmenter leur satisfaction donc leur surplus.

Effets négatifs

Nous notons toutefois deux effets négatifs dans l'approche de regroupement (Accords collectifs) pour les investissements en matière de durabilité des produits : un risque d'accord de prix sous-jacent et la viabilité des accords.

Si l'investissement en « solo » réduit temporairement sa rentabilité, l'entreprise doit rester compétitive et aura une réflexion à long terme sur le prix de vente de son produit, notamment en lien avec le désavantage du premier entrant.

Sur base d'un investissement en commun, la rentabilité conjointe des participants à l'accord collectif serait plus élevée qu'en agissant individuellement. Le risque pour le consommateur est de faire face à des hausses de prix supérieures à la simple récupération des coûts des investissements et de production. La concurrence pourrait être faussée par des accords de prix sous-jacents, qui ne forment pas l'objectif explicite de la politique de la concurrence verte. Schinkel (2017) démontre que quand les entreprises coordonnent leurs actions concernant la durabilité cela peut engendrer une baisse des bénéfices pour les consommateurs et une réduction de l'investissement des entreprises dans la durabilité.

Les cas précédemment analysés ont montré qu'aucun des accords entre entreprises n'était viable sur le long terme, soit par désaccord des parties (Cas « NZIA ») soit par découverte d'une fraude (Cas « Constructeurs Automobiles », « Détergents »...).

D'après Schinkel (2021), les initiatives de durabilité n'apportent pas d'augmentation du bien-être chez le consommateur sans avoir un contrecoup économique sur les entreprises. En effet, l'entente entre deux entreprises crée une perte financière pour ces entreprises. Si le consommateur accepte de payer le produit durable alors la perte sera moindre. A contrario, si le consommateur ne souhaite pas acheter des produits durables, alors l'entreprise aura une compensation moins importante.

4.3 Section 3 : L'antitrust vert est-il nécessaire ou contre-productif ?

Au travers de la présentation des cas, de leur analyse et sur base des données sur la politique de concurrence, nous allons essayer de déterminer comment l'antitrust vert permet réellement

d'aider les entreprises et les consommateurs dans leurs quêtes pour des produits durables. A contrario, nous examinerons si ce concept peut être contre-productif pour les entreprises et/ou le marché. Nous terminerons la section par aborder certaines limites du concept antitrust vert.

4.3.1 Un concept nécessaire pour la durabilité ?

Sur base des cas étudiés, nous nous apercevons que les accords anticoncurrentiels menés par des grandes entreprises ont un objectif clair et à priori bénéfique pour la mise sur le marché de produits et services durables.

De nos jours, les entreprises ont de nombreuses raisons pour se diriger vers un modèle durable : le futur des nouvelles générations, l'envie de changer, la volonté des consommateurs d'investir dans le durable. Les entreprises vont entrer en concurrence pour que le consommateur achète leurs produits et services durables et donc, elles vont investir dans de nouvelles technologies et à innover afin d'obtenir un avantage concurrentiel rapide par rapport aux autres entreprises (Schinkel, 2021).

L'investissement pour amener les produits vers une plus grande durabilité nécessite des charges financières importantes de la part des compagnies. En se regroupant au travers d'accords anticoncurrentiels, elles résolvent le désavantage du premier venu, répartissent les risques des investissements, et de réduire les coûts pour continuer à offrir des produits durables à des prix corrects pour le consommateur. In fine, l'accord initial sera compétitif, puisque chaque entreprise reste indépendante (Commercialisation, marketing...) et ne restreindra pas le marché.

Grâce à l'intégration des préoccupations environnementales dans l'évaluation des accords de concurrence, les autorités de la concurrence (UE et États-Membres) vont permettre aux entreprises de promouvoir des pratiques de développement et de production de produits et de services durables et ainsi de favoriser une innovation respectueuse de l'environnement pour le bien-être des citoyens.

Pour que le concept puisse fonctionner à son plein régime, les consommateurs (et indirectement les citoyens) en sont les acteurs essentiels au travers de leur volonté de payer les produits et services à un prix plus élevé afin que les entreprises investissent continuellement dans la durabilité.

Les autorités (à tout niveau de pouvoir), souhaitant promouvoir la durabilité, doivent appréhender leurs responsabilités par rapport à la mise en place de législations favorisant la concurrence réelle entre entreprises (même liées par un accord) et rendant plus efficace la transformation des produits et services durables. Nous avons constaté que dans les pays, où les règles en matière de durabilité sont les plus élevées, les entreprises ont considérablement amélioré la durabilité des produits et l'innovation verte.

4.3.2 Un concept contre-productif ?

Sur base des cas étudiés, nous nous apercevons que, si les accords anticoncurrentiels menés par des entreprises avaient des objectifs clairs, le manque de transparence, les dérives financières, les désaccords entre partenaires sur le concept de durabilité ou même les fraudes sont devenus très courants.

Le premier élément est que les accords peuvent entraîner une limitation au niveau des produits proposés. Nous avons vu, dans trois cas étudiés, des entreprises limitant la production de produits « gris » afin d'inciter les consommateurs à acheter des produits « verts ». Malheureusement, ces derniers ayant un prix plus élevé (et une meilleure rentabilité), les consommateurs n'ont tiré aucun bénéfice de la durabilité proposée.

Le deuxième élément est que les accords anticoncurrentiels peuvent mener à des conflits entre les parties sur l'approche concrète de la durabilité. Le cas « NZIA » en est un exemple puisque les bonnes décisions prises par le groupement ont été jugées trop restrictives pour la rentabilité d'autres, ne permettant pas d'aller au bout de la démarche de durabilité.

Au travers des cas « Constructeurs automobiles » et « Détergents », nous apercevons que les entreprises n'ont pas été mises à l'amende au sujet de la durabilité mais qu'elles ont été sanctionnées sur des pratiques nuisant au bon fonctionnement du marché. Ces entreprises-là utilisent le concept antitrust vert à leur avantage et non pour la transformation vers plus de durabilité (Veljanovski, 2021).

D'autre part, avec l'instauration du concept de l'antitrust vert et au travers de l'énergie mise par la Commission sur le Pacte Vert, les règles de la politique de concurrence pourraient se retrouver inopérantes face aux nouveaux critères d'évaluation des accords antitrust vert. Ce changement pourrait alors engendrer une disparité entre les forces du marché. Les entreprises

ne seraient donc plus incitées à produire durablement, en conséquence de quoi nous remarquerions en Europe une baisse de l'innovation au sein des entreprises et une diminution de l'investissement dans le vert. (Schinkel, 2021).

Le dernier risque de l'antitrust vert est la possibilité élevée de greenwashing généré par la coopération entre les entreprises. Schinkel (2021) précise que propager le greenwashing et qu'utiliser les ressources des autorités de concurrence à mauvais escient ne sont pas les seuls problèmes du concept antitrust vert. Comme souligné plus haut, avec l'évaluation des accords qui prend de l'ampleur, il sera d'autant plus compliqué pour les autorités de déterminer si l'entente présente un réel avantage ou, au contraire, un désavantage au niveau de la concurrence ou même sur les aspects plus techniques des produits à concevoir.

4.3.3 Limites de du concept antitrust vert

Pour terminer les analyses, il convient de noter que l'antitrust vert est un concept encore en développement et en discussion au niveau de l'UE et de nombreux États-Membres. Au cours des dernières années, il a évolué notamment à l'aide des conditions de durabilité (Voir le « Pays Bas ACM » et l'Autriche) qui ont permis une meilleure compréhension de l'antitrust vert et des conditions d'acceptation des accords entre entreprises dans ce cadre antitrust vert.

Il n'a pas encore été largement mis en œuvre dans la pratique, et certains cas étudiés ont montré les dérives possibles, nécessitant plus de ressources d'évaluation dans le chef des autorités de la concurrence.

Dans le cadre de ce mémoire, nous sommes concentrés surtout sur l'Union européenne car sa politique de concurrence est stricte. Dès lors, nous avons dû utiliser certains cas d'affaires qui avaient aussi un lien avec les États-Unis (Cas « NZIA »).

5 Conclusion

La question initiale de ce travail était « Faudrait-il autoriser des restrictions à la concurrence pour renforcer les efforts en faveur du développement durable ? ».

A travers ce mémoire, nous avons pu constater les forces et les faiblesses du concept d'antitrust vert. De manière conceptuelle, le mouvement de l'antitrust vert paraît être une bonne initiative pour la transformation des produits et des services vers plus de durabilité ainsi que pour l'innovation au sein des entreprises. Cependant, les cas pratiques analysés montrent le contraire. Le concept de l'antitrust vert génère encore de nombreux débats au sein des institutions de l'UE et des autorités des États-Membres.

Sur base des cas pratiques rencontrés, l'antitrust vert est contre-productif pour les entreprises, pour le marché, pour les consommateurs, pour la durabilité et pour la concurrence. Les cas étudiés montrent que le concept provoque une distorsion du marché alors qu'il devrait combler une autre distorsion du marché : les externalités. Sans concurrence ou avec une limitation de celle-ci, le marché sera faussé puisque certaines entreprises pourront s'imposer sur le marché, alors que la durabilité de leurs produits et services ne serait pas améliorée. Les entreprises analysées ont utilisé ce mouvement à mauvais escient en cachant leur intention, en pratiquant du greenwashing, ou en innovant très peu en matière de durabilité concrète.

Du côté des autorités, il semble que l'UE et la majorité des États-Membres devraient mieux prendre en compte leur responsabilité pour concevoir et mettre en place une réglementation envers les entreprises. En laissant la possibilité aux entreprises de signer des accords, la durabilité n'évoluera pas assez rapidement vers la transition que l'UE souhaite par son Pacte Vert. Les autorités devront également pousser l'évaluation des cas d'exemptions dans un cadre plus large, notamment en renforçant les ressources nécessaires aux évaluations et aux contrôles, vu le nombre potentiellement plus élevé d'accords à examiner dans le futur.

Pour les consommateurs, le mouvement peut apporter des bénéfices en essayant de lui garder une part équitable des avantages. Cette part équitable ne compense pas la perte qu'ils vont subir si les entreprises réalisent des accords. Il y aura une limitation dans les produits et les choix qu'ils auront. Leur bien-être diminuera.

Il existe des moyens pour améliorer le concept. Avec une réglementation et des règles plus clairement définies, les lignes directrices du concept antitrust vert pourront être revues et les exemptions données auront des objectifs de durabilité bien limités et contrôlables. Les autorités doivent être vigilantes pour éviter toutes pratiques anticoncurrentielles. Chaque cas doit être analysé par rapport aux implications économiques et sociales et environnementales qu'ils vont engendrer. La mise en place de restrictions à la concurrence doit être justifiée par des bénéfices mesurables en ce qui concerne la durabilité. Les restrictions doivent être contrôlées et équilibrées pour permettre aux entreprises de faire des accords qui ne nuiront pas à l'efficacité du marché.

Monti (2020) propose quatre options qui permettraient de rendre la politique de concurrence plus verte. La première option est d'appliquer plus strictement les règles de concurrence aux accords qui nuisent à la concurrence, à l'environnement et entravent les actions concernant la durabilité. La deuxième option suggère que le TFUE doit être plus écologique. Cette option veut élargir la portée des bénéfices pris en compte lors de l'évaluation des accords de durabilité. La troisième option suggère que les accords de durabilité pourraient être exemptés des règles de concurrence seulement si ceux-ci sont issus de dialogues entre toutes les parties prenantes. La dernière option est plus profonde. Elle suggère qu'il faut utiliser le droit de la concurrence pour sanctionner les comportements nuisibles à l'environnement. Ces options sont un moyen d'allier politique de concurrence et objectifs de durabilité. Ces options ont des avantages et des inconvénients et ne sont que des options. C'est aux différentes institutions de choisir ce qu'elles veulent faire pour la concurrence et la durabilité.

L'antitrust vert est complexe et les autorités doivent être prudentes dans l'évaluation des conséquences potentielles du mouvement de l'antitrust vert pour s'assurer qu'il n'entraîne pas d'autres distorsions du marché et pour les entreprises. Il doit exister un équilibre entre la promotion de pratiques durables tout en maintenant un marché concurrentiel équitable. Si l'antitrust vert est mis en place, l'environnement concurrentiel doit favoriser la durabilité tout en gardant les principes fondamentaux de la concurrence.

6 Références

- Aghion, P., Bénabou, R., Martin, R. & Roulet, A. (2021, avril). Environmental preferences and technological choices: is market competition clean or dirty? national bureau of economic research. Consulté sur <https://www.nber.org/papers/w26921>
- Authority for Consumers & Markets. (2013, September). ACM analysis of closing down 5 coal power plants as part of SER Energieakkoord. Consulté sur <https://www.acm.nl/en/publications/publication/12082/ACM-analysis-of-closing-down-5-coal-power-plants-as-part-of-SER-Energieakkoord>
- Authority for Consumers & Markets. (2015, Janvier). ACM’s analysis of the sustainability arrangements concerning the “Chicken of Tomorrow”. Consulté sur <https://www.acm.nl/en/publications/publication/13789/ACMs-analysis-of-the-sustainability-arrangements-concerning-the-Chicken-of-Tomorrow>
- Authority for Consumers & Markets (ACM). (2021, Janvier). Second draft version: Guidelines on Sustainability Agreements – opportunities within competition law. Consulté sur <https://www.acm.nl/en/publications/second-draft-version-guidelines-sustainability-agreements-opportunities-within-competition-law>
- Bindman, P. (2023, Mai). Will antitrust concerns be the death knell for insurers’ net-zero commitments?. *Energy Monitor*. Consulté sur <https://www.energymonitor.ai/finance/regulation-policy/will-antitrust-concerns-be-the-death-knell-for-insurers-climate-commitments/>
- Blonde, V. & al (2019, Avril). La politique de la concurrence et les intérêts stratégiques de l’UE. *République Française*. Consulté sur https://www.igf.finances.gouv.fr/files/live/sites/igf/files/contributed/IGF%20internet/2_RapportsPublics/2019/2018-M-105-03-UE.pdf
- Brundtland, G.H. (1987). Our Common Future: Report of the World Commission on Environment and Development. Consulté sur <https://sustainabledevelopment.un.org/content/documents/5987our-common-future.pdf>
- Bryan, K., Smith, I. (2023, Mai). Lloyd’s and five big insurers quit sector’s net-zero initiative. *Financial Times*. Consulté sur <https://www.ft.com/content/4940831b-72ec-459d-aace-0d86fb7593df>

- Bryan, K. (2023, Juin). EU relaxes antitrust guidelines on green initiatives. *Financial Times*. Consulté sur <https://www.ft.com/content/97fbacfa-cc95-47ac-874e-75cb79ec6c7d>
- Combe, E. (2016). La politique de concurrence. *La Découverte*. Consulté sur <https://www.cairn.info/la-politique-de-la-concurrence--9782707185471.htm?contenu=presentation>
- Commission Européenne. (2023). Conseil Européen. *Site officiel de la Commission Européenne*. Consulté sur https://european-union.europa.eu/institutions-law-budget/institutions-and-bodies/institutions-and-bodies-profiles/european-council_fr
- Commission Européenne. (2023). Approche globale de l'UE en matière de développement durable. *Site officiel de la Commission Européenne*. https://commission.europa.eu/strategy-and-policy/international-strategies/sustainable-development-goals/eu-holistic-approach-sustainable-development_fr
- Commission Européenne. (2023). Transition Verte. *Site officiel de la Commission Européenne*. Consulté sur https://reform-support.ec.europa.eu/what-we-do/green-transition_fr
- Commission Européenne. (1999, Janvier). 2000/475/EC: Commission Decision of 24 January 1999 relating to a proceeding under Article 81 of the EC Treaty and Article 53 of the EEA Agreement (Case IV.F.1/36.718.CECED). *Journal Officiel de l'Union Européen*. Consulté sur <https://eur-lex.europa.eu/legal-content/EN/TXT/?uri=CELEX%3A32000D0475>
- Commission Européenne. (2011, Avril). Summary of Commission Decision of 13 April 2011 relating to a proceeding under Article 101 of the Treaty on the Functioning of the European Union and Article 53 of the EEA Agreement (Case COMP/39.579 – Consumer detergents). *Official Journal of the European Union*. Consulté sur <https://eur-lex.europa.eu/LexUriServ/LexUriServ.do?uri=OJ:C:2011:193:0014:0016:EN:PDF>
- Conseil Européen (2023). Pacte Vert pour l'Europe. *Site officiel du Conseil de l'Union Européenne*. Consulté sur <https://www.consilium.europa.eu/fr/policies/green-deal/>
- Daniel, J., Lastennet, J. (2022, Août). La concurrence dans l'Union Européenne. *Toute l'Europe*. Consulté sur <https://www.touteurope.eu/economie-et-social/la-concurrence-dans-l-union-europeenne/>

- Denoix, M., Klargaard, O. (2007, Février). La politique de la concurrence dans l'Union européenne. *Fondation Robert Schuman*. Consulté sur <https://www.robert-schuman.eu/fr/questions-d-europe/0052-la-politique-de-la-concurrence-dans-l-union-europeenne>
- European Economic and Social Committee. (2022, Mars). Competition policy fit for new challenges has to take into account sustainability concerns, warns EESC. Consulté sur <https://www.eesc.europa.eu/en/news-media/news/competition-policy-fit-new-challenges-has-take-account-sustainability-concerns-warns-eesc>
- European Commission. (2021, July). Antitrust: Commission fines car manufacturers €875 millions for restricting competition in emission cleaning for new diesel passenger cars. Consulté sur https://ec.europa.eu/commission/presscorner/detail/en/ip_21_3581
- European Commission. (2023). State Aid Overview. *Competition Policy*. Consulté sur https://competition-policy.ec.europa.eu/state-aid/state-aid-overview_en
- Faustine, V. (2023, Février). Aide d'état (Comptabilité). *Dictionnaire de droit de la concurrence*. Consulté sur <https://www.concurrences.com/fr/dictionnaire/aide-d-etat-compatibilite>
- Federal Trade Commission. (2023). The Antitrust Laws. Consulté sur <https://www.ftc.gov/advice-guidance/competition-guidance/guide-antitrust-laws/antitrust-laws>
- Glasgow Financial Alliance for net Zero. (2023). Accelerating the transition to a net-zero global economy. Consulté sur <https://www.gfanzero.com>
- Gunther, J.P. (2021, Décembre). Quel équilibre entre recherche d'une concurrence parfaite et développement de l'industrie européenne. *Les chemins de la puissance européenne*, 3. Consulté sur <https://geopolitique.eu/articles/quel-equilibre-entre-recherche-dune-concurrence-parfaite-et-developpement-de-lindustrie-europeenne/>
- Hauviller, M. (2023, Février). Position dominante (Notion). *Dictionnaire de droit de la concurrence*. Consulté sur <https://www.concurrences.com/fr/dictionnaire/position-dominante-86012>
- Holmes, S. (2020, Avril) Climate change, sustainability, and competition law. *Journal of Antitrust Enforcement*. Consulté sur <https://academic.oup.com/antitrust/article/8/2/354/5819564>

- Jacquin, A. (2023, Février). Accord (Notion). *Dictionnaire de droit de la concurrence*. Consulté sur <https://www.concurrences.com/fr/dictionnaire/accord>
- Jean S., Perrot A. & Philippon T. (2019). Competition and trade: Which policies for Europe? *Notes du conseil d'analyse économique*, 51, 1-12. Consulté sur <https://www.cairn-int.info/journal--2019-3-page-1.htm>.
- Kuipers, P. (2022, Septembre). A risk of « Greenwashing » by competition authorities? *Kluwer Competition law Blog*. Consulté sur <https://competitionlawblog.kluwercompetitionlaw.com/2022/09/13/a-risk-of-greenwashing-by-competition-authorities/>
- Litos, V., Martinello, B., & Ratcliff, C. (2022, Juin). Le marché intérieur: principes généraux. *Fiche thématique sur l'Union européenne*. Consulté sur <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/33/le-marche-interieur-principes-generaux>
- Malinauskaite, J. (2022, Février). Competition Law and Sustainability: EU and National Perspectives. *Journal of European Competition Law & Practice*. Consulté sur <https://academic.oup.com/jeclap/article/13/5/336/6533512>
- McDonald, M., Normandin, D., & Sauvé, S. (2016, Septembre). L'économie circulaire. Une transition incontournable. *Les Presses de l'Université de Montréal*. pp 13-20. Consulté sur <https://pum.umontreal.ca/catalogue/leconomie-circulaire>
- Monti, G. (2020, Avril). Four options for a greener Competition Law. *Journal of European Competition Law & Practice*. Volume 11. pp 124-132. Consulté sur <https://doi.org/10.1093/jeclap/lpaa007>
- Organization for economic co-operation and development (1990). Glossary of industrial organization economics and competition law. Consulté sur https://www.concurrences.com/IMG/pdf/oeed_-_glossary_of_industrial_organisation_economics_and_competition_law.pdf?39924/61543ab059ef02f25a5b58d7b8b4636a8fe2232efa57c3b86700b24cdb1da9ca
- Parenti, R. (2022, Septembre). Politique de concurrence. *Fiches thématiques sur l'Union européenne*. Consulté sur <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/82/politique-de-concurrence>

Parlement Européen. (2023). Pacte Vert : la voie vers une EU durable et climatiquement neutre. *Actualité du Parlement Européen*. Consulté sur https://www.europarl.europa.eu/news/fr/headlines/society/20200618STO81513/le-pacte-vert-pour-une-ue-durable-et-climatiquement-neutre?&at_campaign=20234-Green&at_medium=Google_Ads&at_platform=Search&at_creation=RSA&at_goal=TR_G&at_audience=pacte%20vert%20europe&at_topic=Green_Deal&at_location=BE&gclid=Cj0KCQjw7PCjBhDwARIsANo7Cgm0BLOBwXhcxzDEg7ITmKOmd52Wq9bCmoLCub-CYZ1dhhSSW6Ok60YaAgL4EALw_wcB

Programme des nations unies pour le développement (2023) Qu'est-ce que les Objectifs de développement durable ? Consulté sur <https://www.undp.org/fr/sustainable-development-goals#:~:text=Les%20Objectifs%20de%20d%C3%A9veloppement%20durable,la%20paix%20et%20la%20prosp%C3%A9rit%C3%A9.>

Robertson, V. (2022, Janvier). Sustainability: A world-first green exemption in Austrian competition law. *Journal of European Competition Law & Practice*. Volume 13. Pp 426-434. Consulté sur <https://academic.oup.com/jeclap/article-abstract/13/6/426/6508742?redirectedFrom=fulltext&login=true#no-access-message%23no-access-message>

Robertson, V. (2022, Mars). The World's First Green Antitrust. Provision Show that Climate Action is the Newest Antitrust Frontier. *ProMarket*. Consulté sur <https://www.promarket.org/2022/03/10/the-worlds-first-green-antitrust-provision-shows-that-climate-action-is-the-newest-antitrust-frontier/>

Rosen, M.A. (2020). Sustainability: Concepts, Definitions, and Applications. *Building Sustainable Cities*. Springer, Cham. pp 15-26. Consulté sur https://doi.org/10.1007/978-3-030-45533-0_2

Schinkel, M.P., Spiegel, Y. (2017, Juillet). Can collusion promote sustainable consumption and production? *International Journal of Industrial Organization*. Volume 53. pp 371-398. Consulté sur <https://www.sciencedirect.com/science/article/pii/S0167718716300327>

Schinkel, M.P, Treuren, L. (2021, Mars). Green Antitrust: Why would Restricting competition Induce Sustainability efforts? *Promarket*. Consulté sur

<https://www.promarket.org/2021/03/26/green-antitrust-why-would-restricting-competition-induce-sustainability-efforts/>

Schinkel, M.P, Treuren, L. (2021, November). Green Antitrust: (More) Friendly fire in the fight against climate change. *Amsterdam center for law & economics*. Consulté sur https://papers.ssrn.com/sol3/papers.cfm?abstract_id=3749147

Sokolska, I. (2023, Mars). La genèse de l'acte Unique. *Fiche thématique sur l'Union Européenne*. Consulté sur <https://www.europarl.europa.eu/factsheets/fr/sheet/2/la-genese-de-l-acte-unique>

Szczepanski, M. (2019, Octobre). Politique de concurrence de l'Union européenne. *La clé d'un marché unique équitable. Service de recherche du Parlement européen*. Consulté sur [https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/642209/EPRS_IDA\(2019\)642209_FR.pdf](https://www.europarl.europa.eu/RegData/etudes/IDAN/2019/642209/EPRS_IDA(2019)642209_FR.pdf)

UN environment programme (2023, July). Statement from the UN Environment Programme on the Net-Zero Insurance Alliance. Consulté sur <https://www.unepfi.org/net-zero-insurance/>

Veljanovsski, C., (2021, Novembre). The case against Green Antitrust. *Case Associates*. Consulté sur <https://deliverypdf.ssrn.com/delivery.php?ID=735105085006007000090076116005071106120009055009062036075099118085092111127078087094009013096038009044113125083124080096120072031087031066093107012119098022003107035075079096029086083070010070085009109075107080125119001093110001116072102108080075102&EXT=pdf&INDEX=TRUE>

Vidal, J. (2023, Février). Concentration (Notion). *Dictionnaire de droit de la concurrence*. Consulté sur <https://www.concurrences.com/fr/dictionnaire/operation-de-concentration>

Warlouzet, L. (2014, Mai). La politique de concurrence en Europe : enjeux idéologiques. *La vie des idées*. Consulté sur <https://laviedesidees.fr/La-politique-de-la-concurrence-en.html>

Résumé :

Ce mémoire se focalise sur l'application de la politique de concurrence dans un contexte de durabilité et explore le concept de l'antitrust vert en lien avec la transition vers une économie plus durable. Il examine le débat autour de l'autorisation de restrictions à la concurrence pour promouvoir des pratiques respectueuses de l'environnement. La politique de concurrence est cruciale pour le fonctionnement du marché et l'efficacité économique européenne. En incorporant des accords entre les entreprises, l'antitrust vert modifie les règles pour la politique de concurrence et pour les entreprises. Le mémoire analyse les impacts de ces changements en se basant sur des cas d'entreprises spécifiques pour répondre à la question de la nécessité de l'antitrust vert dans la poursuite d'une économie durable.

UNIVERSITÉ CATHOLIQUE DE LOUVAIN
Louvain School of Management

Place des Doyens, 1 bte L2.01.01, 1348 Louvain-la-Neuve
Boulevard Emile Devreux 6, 6000 Charleroi, Belgique
Chaussée de Binche 151, 7000 Mons, Belgique

www.uclouvain.be/lsm