

Non classifié

Français - Or. Anglais

4 juillet 2019

**DIRECTION DES AFFAIRES FINANCIÈRES ET DES ENTREPRISES
COMITÉ DE LA CONCURRENCE**

Synthèse des discussions de la table ronde sur les effets hors-prix des fusions

Annexe au compte rendu succinct de la 129^e réunion du Comité de la concurrence qui s'est tenue du 6 au 8 juin 2018

Ce document préparé par le Secrétariat de l'OCDE est une synthèse détaillée de la table ronde qui a eu lieu au cours de la 129^e réunion du Comité de la concurrence tenue le 6 juin 2018.

D'autres documents consacrés à ce sujet sont disponibles à l'adresse suivante :
www.oecd.org/daf/competition/non-price-effects-of-mergers.htm

Pour toute question relative à ce document, veuillez contacter M. James MANCINI.
[téléphone : +33-1- 45 24 74 45 -- courriel : James.Mancini@oecd.org]

JT03449610

Synthèse des discussions de la table ronde sur les effets hors-prix des fusions

Rédigée par la Secrétariat

En juin 2018, le Comité de la concurrence de l'OCDE a organisé une table ronde sur les effets hors-prix des fusions, présidée par le Professeur Frédéric Jenny. Les trois intervenants invités étaient respectivement :

- **M^{me} Susan Creighton**, Associée, Cabinet Wilson Sonsini Goodrich & Rosati
- **M^{me} Orla Lynskey**, Professeure associée de droit, London School of Economics
- **M. Jorge Padilla**, Directeur général, Compass Lexecon

Le Président introduit le débat en évoquant certaines des questions qui restent ouvertes à propos de l'évaluation des effets hors-prix. Il s'agit, d'une part, du poids qu'il convient de donner aux effets hors-prix, étant donné que leur méthode d'analyse peut être moins développée que celle qui s'applique aux effets liés aux prix, et, d'autre part, de la manière dont il convient d'évaluer ces effets en termes de preuves qualitatives et quantitatives. Il indique que la table ronde s'articule en trois parties :

1. L'impact des fusions sur l'innovation ;
2. L'impact des fusions sur la qualité, y compris la variété des produits et le respect de la vie privée ;
3. Les défis pratiques de l'examen des effets hors-prix, en particulier leur quantification et les mesures correctives.

Pour commencer, le Président invite le **Secrétariat** à résumer la note de référence préparée en vue des discussions. Le Secrétariat fait observer que, bien qu'ils soient mentionnés dans pratiquement toutes les lignes directrices relatives aux fusions, les effets hors-prix ne jouent un rôle central que dans une minorité de cas. Les exemples d'analyses approfondies des effets hors-prix sont encore plus rares. En ce qui concerne l'innovation, le Secrétariat note que la littérature théorique et empirique est partagée sur la question, étant donné qu'une fusion peut réduire l'incitation des entreprises à innover mais également accroître leur capacité d'innovation. La note de référence identifie cinq grands types d'effets d'une fusion sur l'innovation : l'effet de cannibalisation, l'effet de rivalité sur un marché de produit, l'effet de rivalité dans l'innovation, les gains d'efficacité et la faculté d'appropriation. Certaines approches analytiques passées consistent à définir les marchés de l'innovation sur la base de pipelines de produits et à examiner la capacité de R-D de l'entreprise. Le Secrétariat résume ensuite les questions relatives à la qualité ; en effet, la qualité peut être conçue comme toute caractéristique d'un produit susceptible d'être fortement appréciée par les consommateurs, de telle sorte qu'une fusion anticoncurrentielle pourrait nuire à la qualité autant que le prix. Enfin, le Secrétariat souligne les défis pratiques liés aux effets hors-prix, y compris la détermination des fusions dans lesquelles ces effets sont importants. Dans certains cas, par exemple dans les marchés comportant la prestation de services gratuits, il existe des indications claires révélant que la concurrence hors-prix est centrale, mais cette détermination peut ne pas être toujours aussi simple. Un autre défi pratique tient à la pondération des preuves quantitatives des effets liés aux prix par rapport aux preuves qualitatives des effets hors-prix, et à la détermination du moment où il convient d'intégrer

des éléments hors-prix dans la définition du marché, par opposition à une analyse à un stade ultérieur.

1. L'impact des fusions sur l'innovation

Le Président donne la parole à Jorge Padilla, qu'il invite à s'exprimer sur les théories du préjudice associées à l'innovation en cas de fusion. M. Padilla commence par souligner la nécessité de prendre en compte les effets hors-prix et se félicite en particulier de l'accent mis sur l'innovation, en notant son importance pour la croissance économique d'une manière plus générale. Il fait observer qu'en dépit du débat académique, le consensus sur la relation entre fusions et innovation est plus large qu'il n'y paraît, et les questions clés qui se posent aujourd'hui tournent autour de l'adaptation des outils et des techniques afin de comprendre l'ampleur des effets sur l'innovation. La littérature académique éclaire les conditions dans lesquelles une fusion aura un impact négatif sur les incitations à innover, et les cas dans lesquels elle produira des gains d'efficacité en termes de capacité d'innovation. Les autorités de la concurrence devraient donc prêter attention aux développements de cette littérature.

Il aborde ensuite les quatre questions clés suivantes :

Première question : les fusions horizontales peuvent-elles réduire les incitations des parties qui fusionnent à investir dans l'innovation en termes de procédés et de produits ? M. Padilla soutient que cela peut être le cas, mais que cela dépend des conditions particulières du marché. Des études récentes, par exemple celle de Federico, Valletti et Langus, expliquent qu'il existe des circonstances dans lesquelles les innovateurs créent des externalités pour leurs concurrents. Si cette externalité est positive, une fusion peut créer des incitations à innover en internalisant l'externalité. M. Padilla explique que cette externalité peut également être négative, si l'innovation réduit la rentabilité attendue des investissements dans l'innovation réalisés par un concurrent. Une fusion ayant internalisé cette externalité réduirait alors le montant total des investissements dans l'innovation réalisés par les entités fusionnées. Cet effet peut être dominant dans certaines circonstances. Il ajoute ensuite que d'autres auteurs comme Motta et Tarantino ont exploré le scénario dans lequel une fusion horizontale peut réduire l'innovation, au motif que les entités fusionnant peuvent réduire la production afin d'augmenter les prix. Un investissement dans l'innovation qui améliore les marges peut donc être moins profitable à un niveau de production inférieur. Toutefois, cela ne signifie pas que toutes les fusions horizontales réduisent les incitations à innover.

Deuxième question : doit-on appliquer aux effets sur l'innovation une présomption structurelle similaire à celle qui s'applique aux effets liés aux prix ? M. Padilla met en lumière les conclusions mitigées de la recherche universitaire, et l'importance des caractéristiques particulières d'une fusion donnée pour déterminer son impact sur l'innovation. Il estime donc qu'aucune présomption structurelle ne devrait s'appliquer.

Troisième question : les fusions horizontales peuvent-elles affecter la capacité des entreprises à innover ? M. Padilla déclare qu'une fusion peut créer des gains d'efficacité en permettant aux entités d'unir leurs compétences complémentaires et de bénéficier de cette capacité d'investissement accrue.

Quatrième question : comment les autorités de la concurrence et les tribunaux devraient-ils évaluer la balance entre les effets anticoncurrentiels et pro-concurrentiels potentiels sur l'innovation ? Il suggère que le débat sur les relations entre l'innovation et les fusions porte essentiellement sur la question de savoir sur quelle partie doit peser la charge de la preuve.

Il propose d'exiger des parties qu'elles démontrent comment la fusion améliore leur capacité à innover, et, en particulier, le caractère vérifiable et indispensable des gains d'efficacité allégués et l'ampleur de ces gains. Pour leur part, les autorités de la concurrence devraient être tenues d'évaluer l'effet net de la fusion sur les incitations à innover, dans le cadre de leur examen de cette fusion au regard du droit de la concurrence.

M. Padilla passe ensuite à la question des effets sur la qualité. Il souligne les similitudes avec les effets sur l'innovation, en indiquant qu'il conviendrait d'éviter, ici encore, d'appliquer une présomption structurelle, en raison des conclusions mitigées de la recherche sur la manière dont les fusions affectent les incitations et la capacité à investir dans la qualité. À titre d'exemple, les entreprises qui fusionnent peuvent être plus enclines à introduire une nouvelle variété de produits. M. Padilla propose donc que les autorités de la concurrence examinent les effets incitatifs nets d'une fusion, et que les entreprises qui fusionnent aient la charge de démontrer les effets positifs de la fusion sur leur capacité à fournir un niveau de qualité donné.

Le **président** invite alors le Japon à commenter le cas d'une fusion verticale dans l'industrie des semi-conducteurs, où la Japan Fair Trade Commission (JFTC) a conclu que la fusion réduirait les incitations à innover dans l'entreprise et à former des coentreprises de R-D avec d'autres entreprises de l'industrie.

Le **Japon** décrit la fusion Lam Research/KLA-Tencor Corporation. La JFTC a considéré que la fusion restreindrait la concurrence sur le marché des semi-conducteurs, essentiellement en raison de ses effets de verrouillage du marché, et également en raison du transfert possible d'informations confidentielles de KLA à Lam. La fusion empêcherait également des activités conjointes entre les parties fusionnant et d'autres fabricants, ce qui pourrait nuire à l'innovation. Le Japon souligne également que la JFTC reconnaît rarement que les parties qui fusionnent satisfont aux exigences requises pour admettre l'existence de gains d'efficacité, dont il rappelle qu'ils doivent être spécifiques à la fusion, faisables et contribuer au bien-être des consommateurs. Le délégué du Japon précise toutefois que cela n'empêche pas les parties de rapporter la preuve de gains d'efficacité et ajoute que la littérature mentionnée par M. Padilla pourrait être utile.

Le **Président** demande ensuite aux États-Unis d'expliquer comment ils évaluent l'impact des fusions sur l'innovation, lorsque celle-ci se focalise sur des produits nouveaux qui ne font pas encore partie d'un pipeline de produits identifiable, et comment ils évaluent les gains d'efficacité en matière d'innovation.

Les **États-Unis** répondent en faisant observer que l'analyse de l'innovation se caractérise par un certain degré d'incertitude, en raison de l'absence des outils quantitatifs qui sont disponibles pour mesurer les effets liés aux prix. Toutefois, l'innovation est également le moteur de la croissance économique, et représente une dimension importante à prendre en considération dans le contrôle des fusions. L'approche des autorités de la concurrence américaines s'inscrit dans un cadre théorique, mais l'accent est mis sur l'examen des faits particuliers de chaque fusion lorsqu'il s'agit d'évaluer ses effets sur l'innovation. En ce qui concerne les gains d'efficacité, la délégation cite les lignes directrices relatives aux fusions horizontales des États-Unis (*US Horizontal Merger Guidelines*), qui reconnaissent que les fusions peuvent accroître la capacité des entreprises à s'approprier les gains de leurs innovations, en fonction du régime de protection de la propriété intellectuelle qui leur est applicable. En outre, le délégué fait observer que les lignes directrices indiquent que les économies de coûts d'innovation peuvent ne pas être reconnues comme des gains d'efficacité si elles sont difficiles à vérifier ou résultent d'une réduction anticoncurrentielle des activités d'innovation.

M. Padilla souscrit à l'avis selon lequel l'analyse des effets sur l'innovation devrait toujours être effectuée au cas par cas, et ajoute que la littérature ne peut fournir qu'une orientation générale. Le Président se tourne ensuite vers le BIAC et lui demande de confirmer s'il est d'accord avec cette approche au cas par cas, sachant les préoccupations que lui inspire une présomption négative à propos de l'effet des fusions sur l'innovation.

Le **BIAC** commence par reconnaître l'importance de la concurrence hors-prix et indique que, dans certains cas, les fusions peuvent être défavorables à l'innovation. Toutefois, le délégué estime que la conception universitaire actuelle de l'impact des fusions sur l'innovation ne justifie pas l'application d'une présomption structurelle. Le BIAC explique ensuite qu'il a identifié deux problèmes en ce qui concerne l'approche de l'innovation dans le contrôle des fusions. Le premier problème tient au fait que la littérature identifie de manière imprécise les cas faisant suspecter un caractère anticoncurrentiel (il s'agit souvent d'une fusion entre deux entreprises appartenant à un groupe limité d'innovateurs) ; le second problème a trait au fait qu'il est présumé de facto, dans certains cas, que les fusions nuisent à l'innovation, alors qu'une évaluation simultanée des aspects positifs et négatifs de ces fusions serait plus appropriée.

En termes de solutions de ces problèmes, le BIAC indique qu'il serait utile de disposer de lignes directrices relatives aux fusions horizontales, afin de définir clairement les circonstances dans lesquelles une fusion suscite des craintes pour l'innovation. Cet outil aiderait les parties qui fusionnent à identifier les documents importants et à mieux comprendre les domaines prioritaires sur lesquels l'autorité de la concurrence se concentre.

Le **Président** s'adresse ensuite à l'Union européenne et lui demande si les préoccupations à propos des présomptions négatives sont exagérées.

Le délégué de l'**Union européenne** indique que ces préoccupations ne s'appliquent pas aux deux affaires qui ont déclenché un grand nombre des discussions à propos des effets sur l'innovation, - les fusions Dow/DuPont et Bayer/Monsanto -, ni en général, puisque la Commission n'applique pas une présomption structurelle. Bien qu'il puisse y avoir quelques similitudes avec les théories du préjudice au regard des prix, l'analyse peut être plus complexe (par ex., l'analyse d'incitations accrues à l'innovation, grâce à l'internalisation des retombées de l'innovation). En outre, bien que le nombre limité d'innovateurs ait été un élément de l'évaluation dans la fusion Dow/DuPont, cet élément n'a été que l'un des très nombreux éléments de preuve pris en compte pour évaluer les circonstances de fait de l'opération.

Le délégué poursuit en indiquant que, bien qu'il soit souvent fait référence au préjudice causé aux incitations à innover, les préoccupations liées à l'innovation ont également trait à la perte potentielle de concurrence sur un marché de produit. Le critère du bien-être du consommateur nécessite que les autorités de la concurrence examinent si une fusion relâche la concurrence future sur un marché de produit. Le délégué souligne l'importance de maintenir une analyse au cas par cas afin de déterminer si une fusion peut conduire à ce résultat.

Le **Président** demande ensuite à la Nouvelle-Zélande d'expliquer comment elle évalue le dynamisme du marché, qu'elle mentionne dans sa contribution comme une dimension hors-prix de la concurrence.

La **Nouvelle-Zélande** explique que les fusions exigent une approche prospective, étant donné que les parties peuvent prétendre, par exemple, que leurs marchés changent rapidement et que des entreprises du numérique sont susceptibles d'y faire leur entrée dans un proche avenir. Le délégué souligne l'importance de réaliser une analyse des faits

spécifiques en cause, afin de s'assurer qu'il existera une rivalité suffisante sur le marché post-fusion, y compris au titre de l'entrée imminente de nouveaux concurrents. En 2014, la New Zealand Commerce Commission a examiné la fusion de deux plateformes de réservation de voyages en ligne, que la Commission a approuvée en raison de l'entrée probable d'un concurrent ayant un modèle d'entreprise différent (qui a fait les preuves de son succès dans d'autres juridictions). Le délégué ajoute que d'autres fusions ont été bloquées en dépit des arguments avancés par les parties à propos de l'innovation et des changements rapides des marchés concernés, y compris dans le secteur des plateformes de télécommunications et de vente de véhicules à moteur. Dans ce dernier cas, l'une des parties à la fusion était le nouvel entrant le plus probable sur le marché de l'autre partie, de telle sorte que la fusion n'a pas été approuvée en raison des préoccupations qu'elle inspirait à propos de la dynamique du marché.

Le Président clôture la discussion sur l'innovation en invitant l'Allemagne à prendre la parole à propos de sa contribution.

L'**Allemagne** explique que les récentes décisions du Bundeskartellamt en matière de contrôle des fusions ont traité de la question de l'innovation, particulièrement dans le contexte de la dynamique de concurrence, de la concurrence potentielle sur les marchés en ligne et des futurs marchés de produits. Dans un cas impliquant des sites payants de rencontres en ligne, le Bundeskartellamt a observé que le multihébergement entre les utilisateurs et l'émergence de modèles d'entreprise innovants et en croissance rapide ont réduit les risques de basculement du marché et de création d'une puissance de marché significative, de telle sorte que la fusion a été approuvée. Afin de définir le marché en cause dans cette affaire, le Bundeskartellamt a choisi de ne pas opérer de distinction entre les applications sur mobiles et les plateformes sur le web, ou entre les différents modèles d'entreprise et de paiement, étant donné que les consommateurs les jugent interchangeables, mais a exclu d'autres réseaux sociaux comme Facebook. Le délégué fait observer que ce cas illustre l'importance d'une dynamique d'innovation identifiable et la nécessité d'éviter des suppositions générales.

2. L'impact des fusions sur la qualité

Le Président invite M^{me} Susan Creighton à introduire le sujet de l'évaluation de l'impact des fusions sur la qualité, y compris sur la diversité des produits.

M^{me} **Susan Creighton** commence par faire référence à une section de la note de référence du Secrétariat, qui se concentre sur la nature de la rivalité entre les entreprises autour de la qualité et sa relation avec la rivalité sur les prix. Elle approche ces questions en s'attachant plus particulièrement au secteur de la haute technologie, où l'on observe un certain chevauchement entre la diversité des produits et la concurrence sur l'innovation, qui est reflété dans les lignes directrices américaines relatives aux fusions de 2010.

Selon elle, trois situations types se produisent habituellement dans le secteur de la haute technologie : (1) la concurrence sur la conception du produit, qui ressemble à la concurrence sur l'innovation et pour laquelle la concurrence sur le prix est un effet de second ordre ; et deux autres situations types ressemblant à la concurrence sur la qualité ; (2) des marchés bifaces, où il peut exister une concurrence sur le prix sur un versant du marché, mais où la concurrence se joue en termes de qualité ou d'innovation sur le versant gratuit de la plateforme, les entreprises essayant d'ajouter des caractéristiques ou de différencier leurs produits afin d'attirer les consommateurs ; et (3) les cas dans lesquels le

produit n'est pas offert sur une plateforme, mais où la concurrence sur la qualité est extrêmement intense afin de gagner la clientèle des consommateurs.

M^{me} Creighton souligne qu'en toute hypothèse, la question intéressante est de savoir comment les autorités de la concurrence doivent traiter ce type de concurrence hors-prix. Les États-Unis ont accompli des progrès en guidant mieux les parties, et ont observé qu'une étude a documenté un nombre accru de références à la concurrence sur l'innovation et la qualité dans les documents de l'agence antitrust des États-Unis. Toutefois, l'application du concept de « marchés de l'innovation » pose des défis significatifs liés à l'identification des participants au marché, en raison de l'absence de données pertinentes sur les parts de marché ou d'outils comme l'indice dit « SSNIP » (acronyme anglais pour « augmentation faible mais non négligeable et non transitoire du prix »). Bien que le concept semble avoir bien fonctionné dans le secteur pharmaceutique, la manière dont il pourrait être appliqué à certaines acquisitions dans le secteur de la haute technologie n'est pas claire, puisque la concurrence hors-prix dans ce secteur ne semble pas avoir fait l'objet d'une analyse approfondie.

Au-delà du concept de marchés de l'innovation, M^{me} Creighton note qu'en 1997 les États-Unis ont ajouté un commentaire des arguments fondés sur les efficacités, qui reconnaît qu'une fusion peut générer de l'innovation et d'autres efficacités hors-prix. Toutefois, ce commentaire ajoutait que les gains d'efficacité liés à l'innovation peuvent être substantiels mais sont généralement moins vérifiables et peuvent également découler de réductions anticoncurrentielles de la production. Les lignes directrices de 2010 actuellement en vigueur font un grand pas en avant, puisqu'elles comportent une section consacrée à l'innovation et à la variété des produits. Le cadre demeure cependant limité et ne clarifie pas la question des approches analytiques qui reste le sujet du débat. Elle estime que les preuves économiques actuelles ne justifient pas le scepticisme à propos des effets des fusions sur l'innovation ou la qualité, en termes d'efficacités, et ajoute qu'en réalité ces efficacités peuvent être vérifiées de manière plus empirique que les économies de coûts. En conclusion, M^{me} Creighton considère qu'en l'état actuel, les lignes directrices génèrent de l'incertitude parmi les parties et peuvent également limiter la capacité des autorités de la concurrence à accomplir leurs travaux lorsqu'une fusion implique une question d'innovation hors-prix.

Le Président se tourne ensuite vers le **Mexique** et l'invite à parler des indicateurs révélant l'importance de la concurrence hors-prix et lui demande, en particulier, si la présence d'une différenciation des produits est l'un de ces indicateurs. L'Institut fédéral des télécommunications (IFT) indique que, selon son expérience, la concurrence hors-prix a été particulièrement importante dans des marchés offrant une palette différenciée de « sous-services » liés au produit, et où la technologie, la publicité et des coûts fixes élevés (barrières à l'entrée) jouent un rôle important. Le délégué précise que lorsqu'il évalue les effets d'une fusion, l'IFT examine comment les éléments prix et hors-prix interagissent dans le processus concurrentiel. Dans certaines opérations de fusion récemment intervenues dans le secteur des médias, les effets hors-prix incluaient la variété et la diversité des médias, tandis que dans les fusions opérées dans le secteur des télécommunications, la question importante était la qualité. L'IFT a eu recours à des mesures correctives à la fois structurelles et comportementales (concernant l'accès aux réseaux, ou la réduction de l'offre de contenus) en réponse à ces préoccupations.

Le Président donne ensuite la parole au délégué des **Pays-Bas** afin qu'il partage son expérience sur la question de la qualité dans le contrôle des fusions. Le délégué explique que l'autorité de la concurrence néerlandaise a consacré des travaux très importants à

l'examen des effets des fusions dans le secteur hospitalier. Ses études de l'impact des fusions dans le secteur hospitalier ont révélé que les efficiences et les synergies promises en termes de qualité ne se sont pas nécessairement produites. Ces travaux ont complété un ensemble plus vaste d'activités de plaidoyer consacrés à la concurrence dans le secteur de la santé aux Pays-Bas.

Le Président demande ensuite à l'**Australie** de décrire sa stratégie de traitement des effets hors-prix, y compris dans le cadre d'une récente fusion dans le secteur de la télévision, qui impliquait un contenu gratuit pour les consommateurs mais avait des effets hors-prix. L'Australie indique que sa législation, ses lignes directrices et les décisions de ses tribunaux en matière de fusions reflètent depuis longtemps des considérations liées aux effets hors-prix. Les lignes directrices relatives aux fusions reconnaissent en particulier le concept de qualité comme une forme importante de concurrence, et envisagent que les références à l'augmentation des prix, considérée comme un exercice du pouvoir de marché, devraient également être réputées inclure les effets hors-prix. Les lignes directrices traitent en outre des effets hors-prix dans les sections consacrées à la définition du marché et au verrouillage vertical du marché.

En outre, le délégué fait observer que la législation impose à la Commission de la concurrence et de la consommation australienne de prendre en compte la qualité et la variété des produits, parmi d'autres facteurs comme la croissance, l'innovation et la différenciation des produits. À titre d'exemple, les questions de variété ont le plus souvent été traitées comme des éléments de différenciation des produits dans le cadre des fusions concernant le secteur des médias. En termes d'analyse, l'Australie a examiné les effets des fusions sur la qualité et la variété des produits en procédant à des évaluations qualitatives, y compris des entretiens traditionnels à propos de la qualité, l'examen des documents des entreprises qui fusionnent et de leurs concurrents, et, en de rares occasions, des enquêtes auprès des consommateurs (pour mieux comprendre les préférences et les options). Le délégué fait remarquer que les documents internes sont généralement les pièces probantes les plus utiles pour comprendre la nature et la vigueur de la concurrence hors-prix, ainsi que l'importance de la concurrence potentielle future (particulièrement en ce qui concerne le développement et la différenciation des produits).

3. L'importance de la protection des données et de la vie privée des consommateurs

Le Président aborde ensuite le thème de la protection de la vie privée, en faisant observer que cette question préoccupe de nombreuses autorités de la concurrence. Plusieurs questions se posent, et, en particulier, celle de savoir s'il s'agit d'un élément de la qualité et, dans l'affirmative, comment il conviendrait de l'évaluer dans le cadre du contrôle des fusions. Il invite le Professeur Orla Lynskey à introduire le sujet.

M^{me} Orla Lynskey commence par expliquer que la protection des données et de la vie privée des consommateurs revêt des poids normatifs différents dans les divers systèmes juridiques, qui vont du statut de principes constitutionnels jusqu'à l'absence totale de réglementation. En dépit de ces divergences, il existe une certaine convergence mondiale sur les principes clés de la protection des données, comme en témoignent les initiatives de l'Union européenne (le RGPD, qui a succédé à la Directive sur la protection des données personnelles de 1995), des États-Unis (Federal Privacy Act de 1974), de l'OCDE (lignes directrices sur la protection de la vie privée datant de la fin des années 70), et du Conseil de l'Europe (Convention de 1981).

M^{me} Lynskey note que le traitement des données à caractère personnel s'est intensifié et que les données sont devenues une composante clé de divers produits et services, de telle sorte que leur importance économique impose d'en tenir compte dans l'évaluation de la concurrence. Simultanément, les consommateurs s'inquiètent de la perte de contrôle sur leurs données personnelles. M^{me} Lynskey fait également observer que le Contrôleur européen de la protection des données de l'Union européenne appelle à une coopération accrue entre les organismes chargés de la protection des données des consommateurs et les autorités de la concurrence, particulièrement dans le contexte des fusions axées sur les données, afin de garantir une application holistique de ces différents objectifs politiques et de ces différentes dispositions législatives.

M^{me} Lynskey explique ensuite que les données peuvent jouer un rôle dans l'évaluation de la concurrence en tant que barrière à l'entrée (en fonction de la disponibilité de sources alternatives offrant un volume et une variété de données similaires), mais qu'elle concentrera sa présentation sur les données personnelles qui peuvent être reliées à une personne physique. Selon elle, il existe au moins deux raisons pour lesquelles la protection des données et de la vie privée des consommateurs peut être un élément important pour l'évaluation de la concurrence :

- *Première raison* : la protection des données peut constituer une dimension de la concurrence sur la qualité et un point de différenciation entre les entreprises. Lorsqu'il s'agit d'évaluer une réduction potentielle de la qualité due à une fusion, la législation sur la protection des données pourrait donner une certaine orientation afin de déterminer à quoi pourrait ressembler une réduction de la qualité globale des données ou de la protection des données. M^{me} Lynskey cite l'exemple de différentes affaires examinées par la Commission de l'UE (coentreprise Google/Sanofi, fusion Microsoft/LinkedIn), où la Commission a considéré que la qualité de la protection des données est un paramètre de la concurrence, mais n'a pas estimé que les opérations en question aient produit des effets défavorables quelconques. M^{me} Lynskey commente également la décision sur la fusion Facebook/WhatsApp, qui a reconnu que les deux entreprises pouvaient se différencier sur la base du niveau de protection des données et de protection de la vie privée des consommateurs qu'elles offraient, mais n'a pas examiné les effets de la fusion sur ces paramètres pour les consommateurs. À titre d'exemple, elle relève que certains consommateurs ont opté pour WhatsApp en raison de son accès plus limité aux données à caractère personnel, comparé à Facebook Messenger, mais que cet élément n'a pas été pris en considération dans l'évaluation de la concurrence.
- La *seconde* raison pour laquelle la protection des données peut être intégrée dans une évaluation de la concurrence tient au fait qu'elle fait partie de l'arrière-plan concurrentiel, ou du paysage juridique dans lequel les autorités de la concurrence procéderont à leur évaluation. La protection des données remplit une fonction hybride. Elle n'est pas seulement un droit fondamental mais s'efforce également d'empêcher une défaillance du marché dans des marchés impliquant des asymétries de l'information. Les autorités de la concurrence ne devraient pas présumer que la présence d'une législation sur la protection des données ou la protection de la vie privée signifie automatiquement que les marchés impliquant des données des consommateurs fonctionnent convenablement, ou qu'il n'existe aucun obstacle empêchant les consommateurs d'exercer leur liberté de choix dans ce domaine.

Enfin, M^{me} Lynskey indique que la protection des données est distincte, sur de nombreux aspects, de la protection de la vie privée. Il importe de distinguer les deux dans le contexte de l'évaluation des effets d'une fusion. En effet, les principes régissant la protection des données sont plus faciles à identifier, à isoler et à chiffrer que ceux qui régissent la protection de la vie privée. La protection de la vie privée est plus subjective et plus étroitement liée aux droits fondamentaux.

M. Jorge Padilla répond ensuite à la présentation de M^{me} Lynskey en faisant observer, dans la lignée de sa première présentation, que dans le cas où la protection des données peut être considérée comme une dimension de la qualité, les fusions peuvent potentiellement avoir un impact anticoncurrentiel sur les incitations des parties à garantir le respect de la vie privée. L'impact sur leur capacité à garantir le respect de la vie privée peut être moins clair. Toutefois, en se plaçant dans une perspective académique, il est particulièrement préoccupé par les fusions qui permettent aux entreprises de développer des bases de données uniques pouvant servir à augmenter les prix ou à opérer une discrimination plus efficace. Afin d'illustrer son propos, il prend l'exemple d'un acheteur et d'un vendeur (un monopole bilatéral). Si les deux parties ne disposent pas d'informations complètes (l'acheteur ne connaît pas les coûts de production du vendeur et le vendeur ne connaît pas l'évaluation de l'acheteur), la partie qui dissimule le mieux ses informations privées aura généralement le meilleur résultat dans une négociation. Toutefois, à supposer qu'une seule des parties ait connaissance des informations importantes, c'est-à-dire si le vendeur connaît le prix maximum que l'acheteur est disposé à payer, le prix négocié peut être proche du prix de monopole. Ce modèle explique pourquoi les vendeurs essaient d'avoir des informations sur les évaluations du consommateur, au moyen d'outils technologiques qui leur permettent de consulter l'activité de recherche des consommateurs, leur historique de navigation, leurs réponses à des annonces ciblées, leur localisation géographique, etc. De manière intéressante, c'est la combinaison de ces données qui permet aux vendeurs d'identifier la disposition à payer des acheteurs et, ce faisant, d'exercer leur pouvoir de marché de manière plus efficace. L'ampleur de cet effet dépend de divers facteurs, et pourrait entraîner soit une augmentation générale des prix soit, plus probablement peut-être, une discrimination par les prix. Ces stratégies ont déjà été mises en œuvre dans les marchés du commerce électronique et pourraient bientôt être observées dans les marchés bancaires.

4. Les défis pratiques liés à la quantification des effets hors-prix et aux mesures correctives

Le Président introduit ensuite la question suivante : les défis pratiques auxquels les autorités de la concurrence sont confrontées lorsque les dimensions hors-prix de la concurrence peuvent être impliquées. M^{me} Susan Creighton est invitée à ouvrir la discussion sur cette question.

M^{me} **Susan Creighton** estime que les données économiques disponibles ne justifient pas le scepticisme apparent des autorités de la concurrence à propos des efficacités hors-prix, en soulignant qu'il ne devrait pas y avoir de présomption unidirectionnelle à propos des effets hors-prix, semblable à la présomption concernant les effets-prix. En outre, elle note que les bénéfices d'une concurrence dynamique sont largement reconnus, et peuvent largement compenser les effets-prix à court terme. En conséquence, M^{me} Susan Creighton soutient la proposition de certaines économistes de considérer ensemble les préjudices et les efficacités hors-prix. Elle identifie trois raisons potentielles pour lesquelles les autorités de la concurrence hésitent à ce faire.

1. À la différence des efficacités en termes de coûts, les efficacités hors-prix ne peuvent pas être aisément quantifiées. Des études empiriques pourraient permettre de vaincre le scepticisme des autorités de la concurrence.
2. En ce qui concerne l'innovation en particulier, la période au cours de laquelle les effets peuvent se manifester peut s'étendre au-delà de l'horizon normal que les autorités de la concurrence ont tendance à examiner.
3. La subjectivité des gains d'efficacité hors-prix dont se prévalent les parties à la fusion peut être une autre source de préoccupation. M^{me} Creighton fait observer que deux questions clés peuvent venir à l'esprit des autorités de la concurrence. La première est la suivante : « est-ce réellement pour cette raison que les parties font cela ? » ; et la seconde est la suivante : « si tel est le cas, ces bénéfices se produiront-ils réellement ? » En ce qui concerne la première question, M^{me} Creighton indique que les autorités de la concurrence ont l'expérience et les compétences requises pour déterminer la raison de la fusion (par ex., en examinant les documents internes). En outre, la réponse à cette question permet également de comprendre des effets-prix plus traditionnels

Évoquant la seconde question, M^{me} Creighton estime toutefois qu'il serait inopportun que les autorités de la concurrence écartent des efficacités potentielles au motif que les parties risquent de ne pas les réaliser. En particulier, elle considère que ce scepticisme n'est justifié par aucune base empirique et ajoute que les autorités devraient reconnaître qu'elles peuvent ne pas être mieux placées que les parties qui prennent le risque de conclure l'opération pour évaluer la probabilité de succès de celle-ci. En raison des bienfaits découlant d'une concurrence dynamique, tout a priori négatif sur la capacité des parties à réaliser ces efficacités pourrait faire plus de mal que de bien. En l'état actuel des outils dont disposent les autorités de la concurrence, le risque d'erreurs de type 2 pourrait alors dépasser le risque d'erreurs de type 1.

M^{me} Creighton donne ensuite deux exemples afin d'illustrer le risque que les autorités de la concurrence transposent aux effets hors-prix le mode de pensée qu'elles appliquent aux effets liés aux prix, avec le risque d'erreur correspondant. Le premier exemple est celui de la fusion Zillow/Trulia, qui concernait les deux plus grandes entreprises de leur catégorie, ce qui pouvait susciter des inquiétudes en termes de concurrence. Toutefois, une vision plus holistique du marché a démontré que les deux entreprises perturbaient le marché plus large des agents immobiliers conventionnels au bénéfice des consommateurs, et que la fusion pouvait accroître leur capacité à ce faire. M^{me} Creighton considère que les lignes directrices des États-Unis ont limité la capacité des autorités de la concurrence à reconnaître ces efficacités, ce qui ne les a néanmoins pas empêchées de donner leur accord sur la fusion. Le second exemple est la fusion Facebook/Instagram. Lorsqu'il a examiné cette opération, l'Office of Fair Trading (OFT) s'est tout particulièrement attaché à déterminer si Instagram pourrait devenir un réseau social concurrent de Facebook. Dans sa décision, l'OFT fait état d'une certaine forme de concurrence hors-prix sur le versant gratuit, mais analyse immédiatement après la question de savoir si la fusion aurait un effet sur la publicité affichée en ligne. L'OFT conclut qu'il existe de nombreux concurrents à la fois pour la publicité de marque et pour la publicité transactionnelle, et exclut la probabilité d'effets liés aux prix en raison des faibles recettes publicitaires générées par Instagram.

Ces deux cas démontrent, de l'avis de M^{me} Creighton, le manque de cadre analytique pour l'approche des effets hors-prix, ce qui peut rendre le processus de contrôle des fusions plus difficile pour les autorités et susciter chez les acteurs du marché des préoccupations à propos du manque de transparence des autorités de la concurrence.

Le **Président** ajoute que l'affaire Facebook/Instagram peut également illustrer à quel point il est difficile pour les autorités de la concurrence de prédire précisément des innovations disruptives dans les marchés numériques. Il invite ensuite la Norvège à prendre la parole.

La **Norvège** convient qu'une analyse au cas par cas est nécessaire pour évaluer les effets hors-prix et qu'il n'existe pas de règles simples qu'il suffirait de suivre. Par exemple, l'adaptation de l'analyse UPP à la qualité est encore en cours. Le délégué note que la concurrence hors-prix semble être particulièrement importante dans les industries qui investissent fortement dans la R-D (par ex., l'industrie pharmaceutique et l'industrie chimique), les industries où les consommateurs sont très soucieux de la qualité (par ex., les boissons non alcoolisées) et les industries dont les prix sont réglementés (par ex., la santé). Le délégué suggère ensuite que trois éléments sont nécessaires pour évaluer des effets hors-prix : la quantification, ou au moins l'établissement des faits, les documents internes et une théorie pertinente pour guider l'analyse. À titre d'exemple, le délégué décrit une fusion dans le secteur des biens de consommation, dans laquelle les documents internes ont mis en lumière la rivalité existant entre les entreprises fusionnant. En l'occurrence, l'autorité de la concurrence a fait une analyse quantitative de l'effet-prix, qu'elle a jugé négatif, mais s'est également appuyée sur des éléments probants qualitatifs pour identifier un effet négatif sur l'innovation.

Le **Président** remercie Consumers International de sa contribution, qui avance l'idée que les données pourraient être considérées comme le prix payé par les consommateurs pour accéder à des plateformes numériques qui sont en apparence gratuites. Le Président invite Consumers International à expliquer comment un tel prix pourrait être analysé par rapport aux autres effets-prix et hors-prix.

Consumers International indique que sur les marchés du commerce électronique, le prix peut être beaucoup plus compliqué et moins transparent pour les consommateurs ; plus précisément, ce prix peut être un paiement unique ou un flux constant de valeur généré par les consommateurs sous la forme de données personnelles. Cette valeur se cumule en raison des effets de réseau et des effets de suivi à long terme, et peut être générée à perpétuité à l'insu des consommateurs. Ainsi, par contraste avec les marchés hors ligne, les marchés électroniques impliquent un échange qui est soit opaque soit inconnaissable pour les consommateurs. L'évaluation des fusions qui impliquent la combinaison d'ensembles de données peut également être compliquée pour les autorités, étant donné que les gains découlant des données combinées peuvent ne pas être connus au moment de la transaction. Toutefois, le couplage des données personnelles suscite clairement des préoccupations en termes de protection des consommateurs, par exemple pour les compagnies d'assurance automobile et les entreprises de cartographie numérique. En outre, les gains hors-prix découlant de ces transactions peuvent être minimes. En conclusion, Consumers International recommande que les autorités de la concurrence considèrent le « test du partage équitable » comme un critère utile pour mesurer les effets hors-prix des fusions. Cela impliquerait d'examiner comment les consommateurs contribueraient aux bénéfices hors-prix d'une fusion et de les comparer avec les bénéfices revendiqués de la fusion pour les consommateurs, afin de s'assurer que les bénéfices futurs de l'innovation amélioreront directement le bien-être des consommateurs.

Le Président se tourne ensuite vers le **Royaume-Uni**, qui a acquis une vaste expérience de l'analyse des effets hors-prix. Le délégué du Royaume-Uni indique que des paramètres hors-prix dynamiques, tels la qualité, la gamme de produits et le service, peuvent devenir particulièrement importants si la concurrence sur le prix est limitée (par exemple, dans les services publics comme les hôpitaux ou les marchés réglementés comme les pharmacies).

Les éléments probants utilisés pour cette évaluation comprennent généralement les documents soumis par les parties, les clients et les concurrents, ainsi que les enquêtes réalisées auprès des consommateurs, si elles sont disponibles. En termes de mesure des effets hors-prix, certains éléments de la qualité de service sont plus faciles à quantifier que d'autres, et la Competition and Markets Authority adopte également des approches qualitatives pour analyser la perte de concurrence hors-prix dans les fusions. Par exemple, dans l'enquête sur la fusion Ladbroke/Coral, l'autorité britannique de la concurrence a évalué l'impact de l'ouverture de nouveaux bureaux de paris sur la rénovation des bureaux de paris existants des parties. Elle s'est fondée sur d'autres mesures de la concurrence hors-prix, y compris les heures d'ouverture et le temps moyen d'attente pour accéder au service. Certains éléments probants peuvent également être des indicateurs de la concurrence sur les prix et de la concurrence hors-prix, à savoir les parts de marché, les ratios de détournement et les marges variables. Les ratios de détournement sont calculés d'après les réponses aux enquêtes ou selon des méthodes alternatives et peuvent, combinés aux marges, servir à calculer une mesure de l'incitation post-fusion à réduire la qualité.

Le **Président** se tourne ensuite vers le Canada, qui a l'obligation de quantifier les effets anticoncurrentiels d'une fusion. Il demande au délégué du Canada de donner quelques exemples des méthodes de quantification des effets hors-prix.

Le **Canada** explique qu'à la suite d'une décision de la Cour suprême, le Bureau de la concurrence a la charge de quantifier tous les effets quantifiables, y compris les effets hors-prix. Si ces effets ne peuvent pas être quantifiés, les effets qualitatifs sont pris en considération dans un second temps. Le délégué note qu'il subsiste encore plusieurs questions en suspens, notamment celle de savoir jusqu'où le Bureau doit aller pour quantifier des effets hors-prix dans des situations où la tâche serait irréalisable, par exemple parce que la collecte des données requises auprès des parties ou de tiers serait coûteuse, prendrait trop de temps ou serait trop contraignante.

Le **Chili** est ensuite invité à commenter les deux affaires concernant le secteur bancaire et les cinémas, qui sont décrites dans sa contribution écrite et, en particulier, à expliquer comment ont été obtenues les données nécessaires afin d'analyser et d'évaluer les effets hors-prix. Le délégué note que les lignes directrices internes du Chili mentionnent la possibilité d'examiner des variables hors-prix dans l'analyse d'une fusion. Dans ces deux affaires de 2012 et 2015, l'analyse quantitative a joué un rôle clé pour parvenir à une décision. L'affaire de 2015 concernait une co-entreprise pour l'administration de distributeurs automatiques de billets (DAB) proposés par trois des plus grandes banques du pays. Le marché en cause était autorégulé et les retraits d'argent dans ces distributeurs ne donnaient pas lieu à la facturation de frais directs pour les clients au Chili. Par conséquent, étant donné que les banques se font concurrence sur les transactions, la concurrence ne s'exerçait pas sur le prix mais sur le nombre de distributeurs automatiques, c'est-à-dire une variable qui affecte directement la qualité du service rendu aux clients. L'autorité de la concurrence est partie de l'hypothèse que la concentration croissante du marché réduirait les incitations à maintenir ou développer le réseau de DAB. Cette hypothèse a été soumise à une analyse empirique sur la base d'un volume important de données sur les transactions recueillies auprès des banques. L'analyse économétrique a estimé que l'effet de la co-entreprise serait d'accroître la probabilité de suppression de DAB dans plus de 10 % des sites géographiques concernés. C'est la raison pour laquelle l'autorité n'a pas approuvé cette co-entreprise.

Le **Président** demande ensuite à la Corée de décrire son approche de la concurrence hors-prix dans le contexte d'une fusion de compagnies aériennes, qui impliquait l'utilisation d'un indice de qualité défini par l'autorité de régulation des transports aériens.

La Korea Fair Trade Commission (KFTC) indique que la co-entreprise entre Korean Airlines et Delta Airlines est le premier cas dans lequel l'autorité a réalisé une analyse qualitative exhaustive du service. La KFTC a dressé la balance entre l'augmentation potentielle des prix qui résulterait de l'élimination de concurrents et le bénéfice pour le consommateur d'une meilleure qualité des services. L'augmentation de prix a été estimée sur la base de données relatives aux tarifs aériens et au nombre de passagers, mais la question de la quantification de la qualité s'est révélée plus controversée. La KFTC a appliqué la méthode de l'Indice de qualité des services (IQS) utilisée par l'autorité de régulation des transports aériens, qui suppose de collecter des données auprès des parties, sur des variables comme le nombre d'escales sur un itinéraire donné et les temps d'attente à ces escales. L'équipe chargée du dossier a examiné plusieurs étalonnages différents de l'indice, en termes de pondération des variables, et a consulté des concurrents et des économistes externes. La KFTC est parvenue à la conclusion que les gains en efficacité seraient susceptibles d'excéder les effets d'une augmentation éventuelle des prix, mais a indiqué que les autorités de régulation devraient mettre en place certaines conditions comportementales ainsi qu'un réexamen de l'opération après trois ans.

La **France** décrit ensuite la fusion Fnac/Darty dans le secteur de la vente au détail de produits électroniques, qui a comporté des analyses très étendues de la concurrence hors-prix. L'autorité française de la concurrence s'est fondée sur une enquête réalisée auprès d'un échantillon de 20 000 consommateurs qui avaient acheté des produits auprès de l'une ou l'autre des parties, et qui a fourni des informations granulaires sur les décisions d'achat d'un produit d'achat particulier. L'enquête a démontré qu'une majorité de consommateurs aurait acheté auprès d'un autre fournisseur en cas de scénarios spécifiques de dégradation de la qualité, notamment l'indisponibilité d'un service clients ou des temps d'attente importants aux caisses. Ces conclusions ont permis à l'autorité de la concurrence d'identifier des zones géographiques où la fusion entraînerait une dégradation de la qualité et de demander aux parties de prendre des mesures correctives pour empêcher de telles conséquences.

5. Les défis liés aux mesures correctives des effets hors-prix

Le Président aborde ensuite le dernier thème de la discussion, à savoir la conception de mesures correctives qui pourraient répondre aux craintes liées aux effets hors-prix. Il invite l'Italie et la Belgique à partager leurs expériences.

L'**Italie** note que le problème de la qualité, envisagée sous l'angle d'une moindre diversité de produits, a été au cœur de deux fusions dans le secteur de l'édition. Étant donné que ces fusions ont affecté tous les niveaux de la chaîne de production et de distribution, différentes mesures correctives ont été envisagées pour traiter ces différents niveaux ; l'une de ces mesures éliminait certaines clauses des contrats d'auteur qui évinçaient d'autres éditeurs, une autre garantissait que les clauses et conditions des contrats soient maintenues pour des éditeurs indépendants, et d'autres encore concernaient l'espace et la visibilité des produits tiers dans les librairies. L'Italie souligne ensuite qu'il est souvent difficile d'évaluer ces aspects qualitatifs. L'autorité de la concurrence italienne a également tenu compte des efficacités générées par ces fusions, bien que le délégué note qu'il peut être

particulièrement difficile d'obtenir des informations et des données suffisantes sur les efficiences auprès des parties.

La **Belgique** décrit une fusion concernant le marché dit des « journaux de qualité », dans le contexte de laquelle l'autorité de la concurrence a déterminé que les préoccupations à propos de la diversité des médias étaient liées au choix des consommateurs et étaient donc des préoccupations portant sur la concurrence. L'autorité de la concurrence a imposé des mesures correctives dans le cas de cette fusion, exigeant le maintien de comités de rédaction séparés et indiquant les fonctions spécifiques qui devaient continuer d'exister pour chaque titre pendant une période spécifiée (sous cette réserve qu'une même personne ne pourrait pas exercer la même fonction pour plusieurs titres). À la suite de cette opération de fusion, une autre fusion a eu lieu dans le marché des « magazines people », qui suscitait moins de préoccupations liées à la protection de la démocratie. Toutefois, la fusion aurait également pu soulever des craintes à propos du choix des consommateurs, et certaines mesures correctives ont donc été imposées, moins étendues que celles qui ont été imposées dans la fusion des journaux.

Afin de conclure la discussion, le Président donne la parole à M^{me} Orla Lynskey.

M^{me} **Orla Lynskey** commence par évoquer la crainte que se produise ce que le Professeur Joseph Farrell a appelé un « équilibre dysfonctionnel » au titre des décisions prises par le consommateur en ce qui concerne la protection des données. En conséquence, les consommateurs pourraient se résigner à un manque de protection des données, non pas en raison d'un manque de rationalité mais parce que cette résignation pourrait être une réponse rationnelle à un manque de contrôle et d'informations. Cela créerait un cycle vicieux, qui entraînerait une dégradation de la qualité de la protection des données.

Toutefois, M^{me} Lynskey note certains développements à la suite de l'entrée en vigueur du RGPD en Europe ; plus précisément, les entreprises prennent la protection des données plus au sérieux et peuvent en fait commencer à se faire concurrence dans ce domaine. Elle cite quelques exemples dans lesquels les consommateurs se voient présenter des choix plus éclairés qui leur permettent de donner un prix à la collecte de données. Les limites imposées aux marchés de la collecte de données et aux marchés secondaires de ce secteur pourraient servir à accroître la valeur des données, ce qui signifie que les données pourraient, en tant qu'actif concurrentiel, constituer une part croissante de l'évaluation de la concurrence dans les opérations de fusion.

Elle conclut en introduisant l'idée que, dans le contexte des fusions, la protection des données pourrait être considérée non pas comme un facteur de concurrence mais comme un élément d'une évaluation parallèle simultanée, similaire à ce qui se passe dans certaines juridictions où se posent des problèmes de pluralité des médias. Étant donné que les préoccupations liées à la protection des données vont au-delà de questions de protection de la vie privée, pour toucher à des questions plus vastes de puissance économique et d'impact sociétal, cette évaluation pourrait s'avérer de plus en plus nécessaire.

6. Remarques en guise de conclusion

Le Président conclut alors la discussion en résumant certains de ses thèmes clés. Premièrement, certains effets hors-prix des fusions peuvent nécessiter une attention accrue. Deuxièmement, le cadre théorique d'analyse de nombreuses dimensions hors-prix de la concurrence peut ne pas confirmer les présomptions automatiques correspondantes, de telle sorte qu'il est nécessaire de procéder à une analyse fondée sur les effets. Troisièmement, il

existe de nombreux exemples d'autorités qui utilisent des éléments de preuve à la fois qualitatifs et quantitatifs afin de réaliser une analyse précise des effets hors-prix. Quatrièmement, la détermination des mesures correctives destinées à remédier aux craintes à propos de la concurrence hors-prix présente quelques complexités particulières, mais il existe des exemples d'autorités qui y réussissent. Cinquièmement, la protection des données peut constituer une dimension de la qualité dans certains marchés, et cet aspect doit donc être pris en considération par les autorités, s'il y a lieu. Le Président clôture le débat en remerciant les membres du panel et les délégués de leurs contributions.