

POLITIQUE DE LA CONCURRENCE **(semestre de printemps / semestre 2)**

La politique de la concurrence a pour objectif d'assurer le maintien, dans les systèmes économiques contemporains, d'une situation de concurrence entre les firmes. Elle assure ainsi le respect de certaines règles de concurrence en s'inspirant des éléments fondamentaux de l'économie industrielle. Dans un contexte d'internationalisation des économies et des stratégies d'entreprises, la politique de la concurrence constitue un domaine de compétences de plus en plus crucial, comme le démontrent les nombreuses affaires récentes impliquant des groupes internationaux comme *Microsoft* ou *Intel* (abus de position dominante), *Pfizer*, *Orange* et *Christie's* (ententes entre firmes) dans des secteurs variés. Pour les cadres d'entreprises ou les membres de cabinets de conseils en stratégie (généralistes comme KPMG ou spécialisés comme Bredin et Pratt ou Darrois, Villey, Maillot et Brochet en France), la maîtrise des outils de la politique de concurrence et la compréhension de ses logiques économiques devient essentielle pour élaborer les stratégies des firmes.

Le cours a donc pour objectif de fournir aux étudiants les bases analytiques et empiriques nécessaires pour appréhender les contraintes imposées par la politique de la concurrence. Les thèmes abordés comprennent les opérations de fusions et acquisitions et leur contrôle, les stratégies d'ententes, les abus de position dominante (prix prédateurs, barrières à l'entrée) et les restrictions verticales (accords de franchise par exemple). Les aspects concurrentiels liés aux nouvelles technologies (brevets d'inventions, alliances en R&D, cessions de licence) ou à l'internationalisation des firmes et des économies (internationalisation du droit de la concurrence – doctrine des effets, principes de courtoisie, politique de concurrence et développement économique) seront abordés. Sur la forme, le cours combine acquisition des savoirs fondamentaux, principalement élaborée par le professeur, et études de cas empiriques (par exemple sur le secteur des chaînes télévisées, du transport aérien, des biotechnologies, etc.) réalisées par les étudiants, en groupe ou individuellement.

- **Langue d'enseignement** : français

ENSEIGNANTS

Etienne Pfister, Maître de conférences à l'université de Nancy 2, département Droit et Economie, Economiste au Bureau des Etudes Statistique sur la Recherche et l'Innovation (Ministère de l'Education Nationale, de l'Enseignement Supérieur et de la Recherche)

Gautier Duflos, Chercheur au CREST et à Paris1

METHODE PEDAGOGIQUE (travaux demandés)

Cours magistral, études de cas et réflexion en équipes

Participation aux séances ;

Etudes de cas, réalisées en groupe ou individuellement.

La totalité des travaux sera évaluée tant sur la forme – qualité de l'expression orale comme écrite – que sur le fond – analyse diagnostique et recommandations.

BIBLIOGRAPHIE INDICATIVE

Combe, E. *Economie et Politique de la Concurrence*, Dalloz, 2004.

Levêque F. et , Ménière Y., *Economie de la Propriété Intellectuelle*, Repères, 2002.

MODALITES D'EVALUATION

Ce module est validé à 3 crédits, sur le mode du contrôle continu.

Evaluation des travaux écrits et oraux.

RESPONSABLES PEDAGOGIQUES :

Melissa MUNDELL