



ASSEMBLÉE NATIONALE

10ème législature

Politique et réglementation

Question écrite n° 8862

Texte de la question

M. Jacques Godfrain s'étonne auprès du M. le ministre de l'économie qu'une nouvelle revue, éditée par la Documentation française, rédigée par la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, soit gracieusement « offerte » au public au prix de 42 francs. L'éditeur fait valoir l'idée que le prix de ce produit, que l'on peut qualifier de service public, est justifié par le souci de ne pas faire concurrence aux autres revues juridiques privées. C'est donc afin d'éviter que ne soient bafouées les règles de la concurrence sur le marché privé de l'édition qu'une administration publique, la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, bénéficiant de privilèges, comme le fait de ne pas avoir à supporter les coûts de rédaction, d'impression et de distribution, met sur le marché une revue vendue au public. Selon cet organisme, il n'y aurait eu concurrence déloyale que dans le cas où cette revue aurait été distribuée gratuitement. C'est pourquoi, il lui demande ce qu'il entend faire pour faire respecter les règles de concurrence normales, pour que les organismes publics ne sortent pas de leurs missions fondamentales et n'abusent pas de leur position dominante.

Texte de la réponse

La revue de la concurrence et de la consommation éditée depuis 1977 et rédigée par des fonctionnaires de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes, propose des articles de réflexion et d'analyse juridique et économique dans les domaines d'activités de cette direction. Elle participe ainsi à la diffusion des analyses et positions de l'administration dans les milieux professionnels. Cet effort d'information et de transparence en direction du public, notamment des entreprises, est nécessaire et correspond d'ailleurs à une orientation souhaitable des institutions publiques. Les administrations de contrôle, telle la DGCCRF, doivent ainsi faire connaître à la fois les textes qu'elles sont chargées d'appliquer et les analyses ou interprétations qu'elles en font. Cela favorise une meilleure efficacité et une plus grande équité de l'action administrative. La revue de la concurrence et de la consommation est précisément diffusée à cet effet. Elle est d'ailleurs également un outil de communication interne et est largement diffusée à l'intérieur de la direction générale. Il ne serait pas souhaitable - et il n'y aurait d'ailleurs aucune raison - que les analyses qu'elle contient soient réservées aux fonctionnaires. Sans finalité commerciale, ne rémunérant pas d'auteurs extérieurs, elle n'entend pas faire concurrence à des publications commerciales et en est parfaitement différente. Au demeurant, même si l'on considérerait qu'elle se situe en concurrence avec d'autres publications sur un marché des revues du droit de la concurrence, elle ne disposerait en tout état de cause d'aucune position dominante, les voies d'accès à l'information, y compris celles qui concernent l'application des textes (jurisprudence, doctrine), étant multiples. Les modalités de gestion de cette publication font, quant à elles, l'objet d'efforts constants. Une comptabilité analytique permettant de déterminer son coût de revient complet est ainsi en cours de mise au point.

Données clés

Auteur : [M. Godfrain Jacques](#)

Circonscription : - RPR

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 8862

Rubrique : Concurrence

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

[Date\(s\) clé\(s\)](#)

Question publiée le : 6 décembre 1993, page 4320

Réponse publiée le : 31 janvier 1994, page 488