

News Monitoring: RHT

Publication	Le Défi Quotidien	Date	20 th September 2019
Tier	1	Page	12
Size	W 23.6 – L 7	Color	Yes
Photo	No	Status	Generated
Tone of article	Positive	Object	Corporate



Nouvelle identité

La Competition Commission se redéfinit

Après 10 ans d'existence, l'heure a été à la réflexion pour la Competition Commission. Résultat : une vision et une mission redéfinies, ainsi qu'une nouvelle identité visuelle dévoilées le jeudi 19 septembre 2019. Sa vision est « d'être une institution percutante dans l'économie mauricienne, modelant le monde des affaires et stimulant le progrès économique à travers la force de la compétition ».

Sa mission est « d'accroître la concurrence sur le marché et de créer davantage d'opportunités économiques au profit de tous les Mauriciens ». Son slogan : « Façonner les

marchés et favoriser le progrès. »

Cet ensemble devrait insuffler un nouvel élan à l'organisme créé à la suite de la *Competition Act* et ayant démarré ses opérations en novembre 2009. Durant la décennie écoulée, la commission a entretenu 863 plaintes, mené 255 enquêtes, conduit 53 investigations et communiqué 36 décisions, dont des recommandations en matière de politiques gouvernementales liées à la concurrence.

« Notre mission et notre vision de départ incarnaient notre volonté, en tant que nouvelle autorité, de promouvoir

les nouvelles règles du jeu », a expliqué Deshmuk Kowlessur, directeur exécutif de la Competition Commission, dans un communiqué émis jeudi. « Un renouveau s'imposait. Notre équipe s'est posé deux questions essentielles : quel rôle doit-elle assumer ces dix prochaines années ? Que veut-elle réaliser à travers ses actions ? »

Afin d'apporter des éléments de réponse à ces interrogations, la Competition Commission a sollicité l'expertise de professionnels des affaires. Le nouveau visuel englobe un nouveau site (competitioncommission.mu).

Online News Monitoring: RHT

Publication	Lexpress.mu	Date	19 th September 2019
Tier	1	Page	_
Size	_	Color	Yes
Photo	Yes	Status	Generated
Tone of article	Positive	Object	Corporate

lexpress.mu

Bilan: la Competition Commission a reçu 863 plaintes en 10 ans



Pour s'être livré au prix de vente imposé concernant le poulet, Panogora Marketing a été sommé de payer Rs 29,9 millions.

«Rebranding», ce matin, de l'instance qui enquête sur les cartels, fusions et monopoles. Faisons le point.

Deshmuk Kowlessur dresse un bilan positif des dix années d'existence de la *Competition Commission of Mauritius (CCM)*. À ce jour, 863 doléances ont été enregistrées, ce qui a requis 257 enquêtes (phase préliminaire qui peut déboucher sur une investigation) et 53 investigations. Au final, la Commission a pris des décisions sur 37 cas et a recommandé la plus forte amende, soit Rs 76,4 millions, à *Mauritius Chemical Fertilizers Ltd* et *United Investment Ltd*, impliquées dans une affaire d'entente délictueuse.

Des chiffres parlants qui peuvent laisser le grand public insensible face à la nature technique et complexe des services de la Commission. Pourtant, selon le patron de la CCM, des efforts d'information et de communication sont déployés pour rendre l'organisme plus compréhensible auprès des parties prenantes. *«La loi sur la concurrence est très technique car elle est un mix entre le droit et l'économie.»*

Et d'ajouter que la CCM intervient à trois niveaux pour mieux vulgariser son rôle : auprès du grand public, des opérateurs économiques et des professionnels comme les juristes qui sont appelés à traiter des cas liés à la loi sur la concurrence. *«Toutes ces initiatives font partie de notre mandat d'advocacy.»* Malgré les moyens limités en termes des ressources financières et d'effectifs, la CCM, dit-il, a la responsabilité de s'assurer qu'au bout du compte, il n'existe aucune contrainte à la concurrence et que tous les agents s'y retrouvent, qu'ils soient les consommateurs, les opérateurs économiques et la CCM comme la principale institution appelée à faire respecter la loi.

La loi sur la concurrence est claire : la Commission a le pouvoir d'enquêter sur les cas de cartel, de fusion et de monopole. *«Nous adoptons une approche collaborative par rapport à des pratiques commerciales abusives. C'est le cas dans la grande distribution où des fournisseurs imposent des prix de revente aux détaillants.»*

Collaborer

Deshmuk Kowlessur soutient que cette pratique, le Resale Price Maintenance (RPM), soit le prix de vente imposé, permet une entente délictueuse entre différents fournisseurs pour dicter un prix unique. Résultat des courses : l'absence totale de la concurrence entre les différents opérateurs engagés dans la vente d'un produit tant au niveau du prix que du brand.

Le cas le plus flagrant, largement médiatisé, a été celui de Panogora Marketing qui avait été sommé de payer une amende de Rs 29,9 millions pour s'être livré au RPM sur la vente de poulets. *«Il est clair qu'on ne pourra mettre fin à cette pratique du RPM qui a existé bien avant l'avènement de la Competition Commission. Notre enquête sur le Panogora Marketing a démontré son ampleur. Au lieu de se livrer à des investigations, nous avons voulu collaborer avec les opérateurs en leur donnant la possibilité de mettre fin volontairement à la pratique du RPM. En contrepartie, ils pourront bénéficier d'un programme d'amnistie.»*

La CCM a enregistré 102 demandes de la part d'entreprises mauriciennes pour participer à ce programme d'amnistie et dont 36 font partie des Top Hundred Companies. Conséquence directe : une baisse significative des cas liés à cette pratique. Le patron de la CCM souligne que cette démarche est une solution gagnant-gagnant. Pour le consommateur, il s'agit de bénéficier des prix concurrentiels alors qu'une entreprise qui a participé à un accord collusoire peut bénéficier d'une immunité totale d'amende ou d'une réduction de 100 % de la pénalité si elle se propose volontairement et donne des informations sur le cartel à la Commission.

Quid des fusions ? Aujourd'hui, toute entreprise est libre de fusionner ses opérations avec une société si elle estime que cette opération lui permettra de réaliser une meilleure économie d'échelle, réduire les dépenses opérationnelles et augmenter ses parts de marché. La CCM n'est pas contre les fusions. Toutefois, elle peut agir sur la base des informations dans la presse et ouvrir une enquête quand elle estime qu'elles peuvent à terme être nuisibles à la bonne concurrence sur le marché. *«Nous avons des cas de notification de la part d'une société souhaitant fusionner ses activités. Dans ce cas précis, nous l'accompagnons dans son projet, proposant des remèdes tant au niveau structurel que comportemental»*, insiste Deshmuk Kowlessur.

Il souligne que le rôle de la CCM n'est pas de protéger les concurrents mais la concurrence.

Website Link : <https://www.lexpress.mu/article/361191/bilan-competition-commission-recu-863-plaintes-en-10-ans>

Online News Monitoring: RHT			
Publication	Maurice-info.mu	Date	20 th September 2019
Tier	2	Page	_
Size	_	Color	Yes
Photo	Yes	Status	Generated
Tone of article	Positive	Object	Corporate



[ENTREPRISES](#) [EVÉNEMENTS](#) [INFO ECO](#) [NEWS](#) [VIDEO NEWS](#)

[Vidéo News] La CCM devient Competition Commission

[Competition Act](#)[Competition Commission of Mauritius](#)[Deshmuk Kowlessur](#)

Pour ses dix ans, la Competition Commission of Mauritius a revu son identité visuel, mission et vision qui ont été dévoilés en début de soirée du 19 Septembre 2019 à Voila Bagatelle.

Suite à la proclamation de la Competition Act de 2007, la Competition Commission fut investie de ses pleins pouvoirs afin d'exercer son mandat en novembre 2009.

Les dix ans ont été riches en actions déterminantes dans l'économie mauricienne. La Competition Commission peut se féliciter des 863 plaintes entretenues, des 255 enquêtes, des 53 investigations et des 36 décisions prises.

Pour l'exercice de redéfinition de sa vision et de sa mission, la Competition Commission a fait appel à des professionnels aguerris dans le domaine. Lors d'un atelier animé par un expert, l'ensemble de l'équipe de la Competition Commission s'est attelé à redéfinir la vision, et la mission de l'institution afin de correspondre à ses nouvelles ambitions après

dix ans d'existence. Ce travail s'est appuyé sur le riche bilan de la Commission mais surtout sur ses acquis et sa capacité en tant qu'autorité de la concurrence.

« Je pense que notre mission et vision de départ incarnaient notre volonté, comme une nouvelle autorité, de promouvoir les nouvelles règles du jeu et de forger une réputation basée sur l'intégrité de nos actions et sur la robustesse de nos investigations.» a souligné Mr. Deshmuk Kowlessur, Directeur Exécutif de la Competition Commission.

Website Link : <http://www.maurice-info.mu/2019-09-20-video-news-la-ccm-devient-competition-commission.html>

Video Link: <https://youtu.be/w9jDgrSXSCM>