



E-commerce : audit de l'Autorité de la concurrence sur la libre concurrence entre les cybermarchands

publié le 07/07/2011, vu 4319 fois, Auteur : [Anthony BEM](#)

L'Autorité de la concurrence effectue un audit relatif au respect de la libre concurrence entre les sites de vente en ligne. La libre concurrence du commerce en ligne devient ainsi un nouveau domaine juridique qui donnera lieu demain, d'une part, à des sanctions mais aussi, d'autre part, à une réglementation spécifique qu'il conviendra de suivre pour mieux la respecter.

Selon la FEVAD (Fédération du e-commerce et de la vente à distance), les chiffres de la vente en ligne en France :

- 31 milliards d'euros de chiffre d'affaires en 2010,
- 24 % d'augmentation du chiffre d'affaires en 2010 par rapport à 2009,
- 29,5 % sur la période 2010 par rapport à 2008,
- 28 millions de Français qui achètent sur Internet.

Aussi, ce n'est plus une nouveauté mais le commerce électronique permet aux consommateurs de bénéficier notamment dans les domaines du tourisme, de l'électrodomestique, de l'habillement, de l'équipement de la maison, de la culture ou de l'alimentaire de nombreux avantages tels qu'un plus grand choix et assortiment des produits et des services, une accessibilité en tout temps, une comparaison des offres, les avis, commentaires et évaluations des autres internautes etc ...

L'Autorité de la concurrence vient de se saisir afin de rendre un avis et faire des propositions au ministère de l'Économie concernant le E-commerce aux termes d'une Décision n° 11-SOA-02 du 1 er juillet 2011 *relative à une saisine d'office pour avis portant sur le secteur du commerce électronique.*

L'Autorité de la concurrence est une autorité administrative indépendante, spécialisée dans le contrôle des pratiques anticoncurrentielles, l'expertise du fonctionnement des marchés et le contrôle des opérations de concentration. Au service du consommateur, elle a pour objectif de veiller au libre jeu de la concurrence et d'apporter son concours au fonctionnement concurrentiel des marchés aux échelons européen et international.

L'Autorité de la concurrence détient le pouvoir de prononcer des injonctions, d'infliger des sanctions pécuniaires, d'accepter des engagements et d'accorder le bénéfice de la clémence à certaines entreprises qui coopèrent en aidant à détecter ou à constater l'existence d'ententes. Elle réprime les ententes, les abus de position dominante et les prix abusivement bas. Par ailleurs, elle peut être amenée à rendre, même de sa propre initiative, des avis sur diverses questions de concurrence. Sa composition, son organisation et les modalités de sa saisine garantissent son efficacité et son indépendance.

L'article L. 462-4 du code de commerce prévoit que l'Autorité de la concurrence peut prendre l'initiative de donner un avis sur toute question concernant la concurrence. Cet avis est rendu public. Elle peut également recommander au ministre chargé de l'économie ou au ministre chargé du secteur concerné de mettre en œuvre les mesures nécessaires à l'amélioration du fonctionnement concurrentiel des marchés.

Ainsi, au terme de son analyse du fonctionnement de la concurrence dans le secteur du E-commerce, **l'Autorité détectera ses éventuels dysfonctionnements et émettra, le cas échéant, des recommandations pour les corriger.**

A cet égard, l'Autorité indique que : *« la présente décision a pour objet de permettre à l'Autorité de la concurrence de procéder à une analyse, ciblée sur certaines catégories de produits et services, du fonctionnement de la concurrence sur le secteur de la vente en ligne aux particuliers ».*

En effet, selon l'Autorité de la concurrence les problèmes liés au commerce en ligne sont que :

- Moins de 1% des sites marchands ont comptabilisé plus de 10 000 transactions.
- Les prix entre les boutiques traditionnelles et celles sur Internet peuvent être similaires alors que les coûts de distribution sont différents de sorte que le cybervendeur ne répercute pas au consommateur les économies de coûts entraînées par la distribution en ligne.
- Un fabricant ou un réseau de distribution (distribution sélective) peut restreindre les ventes sur Internet pour faire perdurer artificiellement les réseaux traditionnels et ainsi atténuer le jeu de la concurrence entre les distributeurs au détriment des consommateurs.

Sur ce dernier point, dans certaines circonstances, deux types de relations commerciales peuvent limiter la concurrence:

Il pourra s'agir de la relation :

- Soit entre les fabricants et leurs distributeurs,
- Soit entre un réseau de distribution et ses différents membres.

Ces relations pourront ainsi limiter la concurrence entre :

- D'une part, les opérateurs de vente en ligne et les magasins physiques,
- Et d'autre part, les opérateurs de vente en ligne eux-mêmes.

S'agissant des relations entre fabricants et distributeurs ou entre la tête d'un réseau de distribution sélective et ses membres, il peut exister des accords tendant à ce que la vente sur Internet soit

conditionnée au respect de certains engagements de qualité.

A cet égard, la Haute autorité rappelle que « *la grille d'analyse et les règles d'encadrement issues du règlement [communautaire] et des lignes directrices sur les restrictions verticales fournissent plusieurs exemples de comportements considérés comme préjudiciables au jeu concurrentiel [et par voie de conséquence aux cyberacheteurs]* ».

La Haute autorité constate aussi que « ***la structure de la concurrence entre les intermédiaires du commerce en ligne (comparateurs de prix, prestataires de livraison des colis, etc.) est également de nature à affecter les bénéfices que peuvent retirer les consommateurs de la vente en ligne. En effet, le consommateur ne peut tirer l'ensemble des avantages d'une concurrence plus forte entre distributeurs si, en amont ou en aval de la vente en ligne, des intermédiaires, opérant sur un marché concentré ou mettant en œuvre des stratégies de nature à limiter la concurrence, sont en mesure d'accroître leurs prix de vente*** ».

Par ailleurs, l'Autorité constate qu' « *en outre, en dépit d'une plus grande facilité de comparaison des prix auxquels est vendu un produit sur différents sites, la richesse de l'offre est telle que sur certains secteurs, la transparence des conditions tarifaires à l'égard des consommateurs demeure plus théorique que pratique. Les comparateurs de prix sur Internet, s'ils visent à surmonter cet obstacle à une concurrence plus vigoureuse, présentent parfois des modalités de fonctionnement qui, au travers, par exemple, des coûts de référencement ou de l'utilisation promotionnelle qui en est faite par certains distributeurs eux-mêmes, ne permettent pas nécessairement aux consommateurs de les exploiter pleinement* ».

Ainsi, l'autorité prévient que l'instruction aura pour objectif de :

- évaluer l'intensité de la pression concurrentielle exercée par le commerce en ligne sur la distribution traditionnelle. A cette fin, l'avis s'attachera, pour certaines références de produits déterminées, à relever les éventuels écarts de prix sur Internet et en magasin traditionnel. Il s'agira ainsi de déterminer dans quelle mesure la distribution en ligne se traduit effectivement par une diminution des prix, tant sur Internet que dans la distribution traditionnelle.

- examiner les différents facteurs de nature à entraver la pression concurrentielle que la distribution sur Internet est susceptible d'exercer sur la distribution traditionnelle.

Cependant, la compétitivité des ventes en ligne est limitée par des facteurs objectifs.

En effet, certains produits ou services se prête mal à la vente en ligne.

De plus, l'entrée ou le développement de sites concurrents est rendu plus difficile par les avantages acquis par les pionniers de la vente en ligne.

Pour réaliser sa mission, l'Autorité prévoit de procéder à « *l'audition des principaux acteurs du secteur (sites de vente en ligne, fournisseurs, distributeurs, intermédiaires...) et émettra toute recommandation utile pour un fonctionnement concurrentiel optimal du secteur* ».

Nous saurons rapidement si nous n'assistons pas l'avènement d'une réglementation spécifique relative à la libre concurrence du secteur du E-commerce en France.

Je suis à votre disposition pour toute information ou action.

PS : Pour une recherche facile et rapide des articles rédigés sur ces thèmes, vous pouvez taper vos "mots clés" dans la barre de recherche du blog en haut à droite, au dessus de la photographie.

Anthony Bem
Avocat à la Cour
27 bd Malesherbes - 75008 Paris
Tel : 01 40 26 25 01

Email : abem@cabinetbem.com

www.cabinetbem.com