Publicité en ligne : l'Autorité de la concurrence estime que Google est en position dominante sur le marché de la publicité liée aux moteurs de recherche

Publié le 14 décembre 2010

Elle estime que le droit de la concurrence peut mettre des bornes aux agissements de Google et répondre aux enjeux concurrentiels soulignés par les acteurs sans qu'il soit nécessaire de mettre en place une régulation d'ensemble du secteur.

Elle propose des réponses ciblées aux préoccupations identifiées.

L'Autorité de la concurrence a été saisie pour avis en février 2010 par le ministre de l'Economie, des Finances et de l'Emploi, au sujet du fonctionnement de la concurrence dans le secteur de la publicité en ligne, en application de l'article L. 462-1 du code de commerce.

Internet occupe une place croissante dans la vie quotidienne des individus et des ménages comme dans la sphère marchande. Les moteurs de recherche, et particulièrement Google sont devenus le point d'entrée de la navigation en ligne. Cette situation centrale a généré des critiques, voire des inquiétudes de la part de nombreux acteurs, dont certains s'estiment victimes de comportements déloyaux voire illicites de la part du moteur de recherche. De manière schématique il s'agit :

- de moteurs de recherche concurrents qui estiment que l'hégémonie de Google résulte de pratiques de fermeture du marché, ou d'acteurs présents sur Internet qui redoutent que les conditions dans lesquelles Google se diversifie sur d'autres marchés ne relèvent pas d'une concurrence par les mérites ;
- de clients annonceurs ou d'éditeurs de sites Internet membres du réseau de syndication publicitaire de Google qui, compte tenu de leur faible pouvoir de négociation, dénoncent des agissements arbitraires et opaques de Google ;
- de la presse, à la fois cliente, partenaire, concurrente et potentiellement fournisseur de Google, qui, outre les griefs déjà mentionnés ci-dessus, s'estime victime de pratiques de parasitisme et de prix prédateurs qui aggraveraient la situation déjà difficile du secteur.

Pour mémoire, la mission « Création et Internet », confiée à MM. Patrick Zelnik, Jacques Toubon et Guillaume Cerutti, avait fait état de ces inquiétudes dans son rapport remis au ministre de la Culture et de la Communication en janvier 2010 et avait préconisé de saisir pour avis l'Autorité de la concurrence.

L'Autorité estime que Google est en position dominante sur le marché de la publicité liée aux moteurs de recherche

DOSSIER DE PRESSE

relatif à l'avis 10-A-29

Consulter le dossier

AVIS 10-A-29 DU 14 DÉCEMBRE 2010

sur le fonctionnement concurrentiel de la publicité en ligne

Consulter le texte intégral de l'avis

Contact(s)

Virginie Guin
Directrice de la communication
01 55 04 02 62
Contacter par mail