Constatant la forte progression du commerce électronique en France, l'Autorité de la concurrence lance une vaste étude sectorielle concernant le fonctionnement de la concurrence dans ce secteur

Publié le 04 juillet 2011

Avec un chiffre d'affaires de 31 milliards d'euros en 2010 (+ 24 % par rapport à 2009), le secteur de la vente en ligne connaît en France un développement important. Sa croissance y est d'ailleurs plus dynamique que chez nos voisins européens (les ventes y ont augmenté de 29,5 % sur la période 2008-2010 contre 19 % pour l'ensemble des pays européens). Ce sont aujourd'hui 28 millions de Français qui achètent sur Internet.

Le commerce électronique offre aux consommateurs de nombreux bénéfices et leur ouvre de nouvelles perspectives : plus grande diversité de l'assortiment, accessibilité 24 heures sur 24, comparaison facilitée des produits et services proposés, services d'évaluation des produits par les consommateurs… Les cyber acheteurs commandent des biens et services dans de nombreux domaines : le tourisme, l'électrodomestique, l'habillement, l'équipement de la maison, les produits culturels ou encore l'alimentaire sont les secteurs dans lesquels ils sont les plus actifs.

Face au poids grandissant pris par Internet dans la consommation des ménages, l'Autorité a décidé de s'autosaisir pour avis afin d'analyser le fonctionnement de la concurrence dans ce secteur, détecter ses éventuels dysfonctionnements et émettre, le cas échéant, des recommandations pour les corriger.

Dans son étude, l'Autorité s'intéressera notamment aux problématiques suivantes :

L'impact de la vente en ligne sur les circuits de distribution traditionnels

Dans un premier temps, l'Autorité de la concurrence étudiera les écarts de prix existant entre la vente en ligne et la distribution traditionnelle (magasins physiques) et évaluera la pression concurrentielle, notamment sur les prix, qu'exerce le commerce en ligne sur la distribution traditionnelle. Dans son avis, l'Autorité examinera également si certains sites de vente en ligne ont éventuellement acquis un pouvoir de marché qui leur permettrait, par exemple, de vendre des produits à des prix significativement supérieurs à leurs coûts.

Les comportements adoptés par les fabricants et les distributeurs face à ce nouveau mode de distribution

Face à l'arrivée de ce nouveau circuit de distribution, certains fournisseurs et distributeurs ont pu craindre qu'Internet « cannibalise » les ventes réalisées dans les magasins physiques (« en dur ») et initier en conséquence des stratégies commerciales incitant les consommateurs à privilégier la distribution traditionnelle (prix de vente identique en ligne ou en magasins, produits ou services différents selon les canaux de distribution, limitations apportées à la vente sur Internet des produits réservés à la distribution sélective…). Sans remettre en cause l'équilibre entre les deux types de distribution tel qu'il a été consacré par le nouveau règlement européen n° 330/2010/UE relatif aux restrictions verticales, équilibre que l'Autorité et sa pratique décisionnelle ont d'ailleurs en grande partie inspiré, l'Autorité examinera l'incidence de ces pratiques sur la concurrence.

Le rôle joué par les intermédiaires du commerce en ligne

Les prestataires intermédiaires de la vente en ligne œuvrant notamment dans le paiement électronique, la livraison de colis ou la comparaison des prix, peuvent entrer pour une part importante dans la détermination du prix final du produit ou du service. Aussi, l'Autorité examinera s'il existe suffisamment de concurrence à ces niveaux intermédiaires de la chaîne de commercialisation. S'agissant plus particulièrement des comparateurs de prix, l'Autorité passera au crible leur mode de fonctionnement afin de vérifier que la comparaison des produits et

services s'effectue de manière transparente et objective.

Dans le cadre de son instruction, l'Autorité procèdera 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.

Pour plus de détails, consulter le dossier de presse :

Fiche 1 : Quelques chiffres clés sur le secteur de la vente en ligne
Fiche 2 : Répartition des ventes en ligne par secteur d'activité en France en 2010

DÉCISION 11-SOA-02 DU 1ER JUILLET 2011

relative à une saisine d'office pour avis portant sur le secteur du commerce électronique

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze
Adjoint à la directrice de la communication

01 55 04 02 14
Contacter par mail