Etude concurrence et commerce en ligne

Publié le 05 juin 2020

Le développement du commerce en ligne modifie en profondeur le paysage de la distribution. Le modèle de la distribution physique est fortement concurrencé par le développement de la vente en ligne, qui peut être le fait d'acteurs spécialisés (ou « pure players ») ou de stratégies s'appuyant sur les différents canaux de distribution. Les modalités de vente en magasin physique évoluent également, en intégrant de plus en plus des technologies numériques (recours aux smartphones, tablettes, technologies augmentées etc.), au point que l'on évoque un modèle « Phygital » (pour physique et digital). Enfin, ces évolutions soulèvent de multiples questions pour l'Autorité de concurrence, en la conduisant parfois à redéfinir les délimitations de marché, à s'intéresser aux restrictions de ventes sur internet, ou encore à approfondir le nouveau pouvoir détenu par les plateformes en ligne, notamment les plateformes structurantes qui occupent des positions stratégiques ou incontournables.

Compte tenu de la place éminente qu'occupe le secteur de la distribution dans l'économie française, l'Autorité a souhaité faire un panorama d'ensemble de ces différentes questions et expliciter sa vision, afin d'éclairer les entreprises.

COMMUNIQUÉ DE PRESSE

du 5 juin 2020

Lire le communiqué