

**Décision n° 09-D-30 du 21 septembre 2009
relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur des
prestations de services de commerce électronique
pour les TPE et les PME**

L'Autorité de la concurrence (section III),

Vu la lettre, enregistrée le 17 septembre 2008, sous les numéros 08/0094 F et 08/0095 M, par laquelle la société Valeur ajoutée système d'information (VASI) a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en œuvre par la Chambre de commerce et d'industrie de Grenoble et par la société Business & Decision Interactive EOLAS dans le secteur des prestations de services de commerce électronique, dénoncées comme étant anticoncurrentielles, et a sollicité, en outre, le prononcé de mesures conservatoires sur le fondement de l'article L. 464-1 du code de commerce ;

Vu le livre IV du code de commerce ;

Vu les observations présentées par les sociétés Valeur ajoutée système d'information (VASI) et Business & Decision Interactive EOLAS ainsi que par la Chambre de commerce et d'industrie de Grenoble ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, le rapporteur général adjoint, le commissaire du Gouvernement et les représentants des sociétés Valeur ajoutée système d'information (VASI) et Business & Decision Interactive EOLAS ainsi que de la Chambre de commerce et d'industrie de Grenoble entendus lors de la séance du 22 juillet 2009 ;

Adopte la décision suivante :

I. Constatations

A. LA SAISINE

1. La société Valeur ajoutée système d'information (ci-après « VASI »), qui exerce une activité d'opérateur de services de commerce électronique, dénonce dans sa saisine l'exploitation abusive, par la société Business & Decision Interactive EOLAS, de la position dominante que cette société détiendrait sur le marché de l'hébergement de petites et moyennes entreprises sur une plate-forme technique en vue de la fourniture de prestations de commerce électronique. Elle sollicite le prononcé de mesures conservatoires enjoignant, d'une part, à EOLAS de faire cesser ces pratiques et d'autre part, à la même société – ainsi qu'indirectement aux chambres de commerce et d'industrie partenaires de cette société - de suspendre immédiatement l'exécution des conventions qui les lient, ainsi que le fonctionnement du site <http://www.achat-ville.com> et de tous ses sites affiliés.

B. PRÉSENTATION DU SECTEUR D'ACTIVITÉ

2. Le commerce électronique peut être défini comme l'utilisation de supports électroniques faisant appel aux technologies de l'information et de la communication pour tout ou partie des relations commerciales entre une entreprise et ses clients potentiels (publicité, présentation de catalogues de produits et de prestations, commande en ligne, paiement électronique). Le réseau Internet est une des principales technologies utilisées.
3. Parmi les différentes solutions offertes aux entreprises, une typologie des modèles de développement de sites Internet à vocation commerciale permet de distinguer :
 - le site « *institutionnel* »,
 - le site « *vitrine* »,
 - le site « *conseil* »,
 - le site « *catalogue* », qui présente une liste détaillée des produits vendus en magasin avec mention des caractéristiques techniques et des prix,
 - le site « *réservation* », qui permet de réserver un article sur Internet avant de le retirer en magasin,
 - enfin, le site « *e-commerce* » ou site marchand, qui est le site d'achat avec paiement en ligne et livraison à domicile ou en points relais.
4. Les sites « *institutionnel* » et « *vitrine* » permettent une prise de contact entre le professionnel et l'internaute. Les sites « *conseil* », « *catalogue* » et « *réservation* » préparent à l'achat. Le site « *e-commerce* » ou site marchand est le site d'achat.

5. Le nombre de sites marchands en France est passé de 3 500 en 2001 à 9 000 en 2004 et à près de 37 000 en 2007. En 2008, plus de 45 000 sites marchands étaient présents sur Internet.
6. Parmi ces différents sites marchands, trois catégories d'opérateurs sont actifs : les « *pure players* », présents exclusivement sur Internet, les « *click & mortar* », opérateurs qui cumulent une activité commerciale traditionnelle et une activité commerciale sur Internet, et les entreprises de vente à distance, historiquement présentes via leurs catalogues (Source : étude XERFI Vente à distance BtoC, octobre 2008).
7. Les très petites entreprises (« *TPE* ») et les petites et moyennes entreprises (« *PME* »), souhaitant développer une activité de commerce électronique, complémentaire de leur activité commerciale traditionnelle, entrent dans la catégorie des opérateurs « *click & mortar* ».
8. Plus d'1,5 million de TPE et PME, sur un total de plus de 2,5 millions de TPE et PME, sont classées dans les champs commerce et services, c'est-à-dire dans des champs d'activité pour lesquels une activité de commerce électronique est susceptible d'être assez facilement développée (Source : répertoire SIRENE de l'INSEE - Chiffres année 2008).

C. LES PARTIES

1. VASI

9. Créée le 8 janvier 2007, VASI est une société par actions simplifiée (n° RCS Toulouse 493 579 346). Elle a été placée en redressement judiciaire le 30 octobre 2008. Elle a exercé, de janvier 2007 à octobre 2008, une activité d'opérateur de services de commerce électronique, consistant à héberger des PME sur une plateforme technique leur permettant de créer facilement, et à moindre coût, une boutique en ligne. VASI se présente comme « *un opérateur de services de e-commerce qui commercialise des solutions packagées, via sa plateforme, destinées aux producteurs et commerçants qui souhaitent développer leurs ventes sur internet et apporter des services de proximité à leurs clients* ».
10. Deux offres par abonnement étaient proposées par VASI :
 - une offre « *Boutique* » sur le portail <http://www.vasi.fr> qui donnait accès pour 25 euros HT par mois plus 15 % à 5 % de commission sur le chiffre d'affaires, à un espace de vente (boutique en ligne) ;
 - une offre « *Duo* » qui reprenait l'offre boutique, existante sur le portail VASI <http://www.vasi.fr>, à laquelle était ajouté un site e-commerce indépendant pour 49 euros HT par mois plus 3 % de commission sur le chiffre d'affaires réalisé sur le site.

2. BUSINESS & DECISION INTERACTIVE EOLAS

11. EOLAS est une société à responsabilité limitée au capital social de 228 988 euros créée en 1991 (n° RCS Grenoble 382 198 794), spécialisée dans le domaine des

applications Internet. Elle est, depuis le mois de février 2000, une filiale à 100 % du groupe Business & Décision. EOLAS est utilisé comme nom commercial. Les trois activités principales d'EOLAS sont le développement informatique d'applications Internet, les services de webmarketing et l'hébergement d'applications Internet.

12. EOLAS a réalisé un chiffre d'affaires de 6,3 millions d'euros au 31 décembre 2008.

3. LA CHAMBRE DE COMMERCE ET D'INDUSTRIE DE GRENOBLE

13. La chambre de commerce et d'industrie (ci-après « CCI ») de Grenoble est un établissement public administratif, membre du réseau des chambres de commerce et d'industrie. Le territoire de la CCI de Grenoble comprend l'ensemble du sud de l'Isère, de Pontcharra à La Mure, en passant par Grenoble, Voiron et Saint Marcellin et regroupe 26 400 établissements représentant 170 000 salariés. La CCI de Grenoble fait partie du réseau des chambres de commerce et d'industrie, composé de 148 CCI (chambres de commerce et d'industrie), de 21 CRCI (chambres régionales de commerce et d'industrie) et de l'ACFCI (Assemblée des chambres françaises de commerce et d'industrie).
14. En vertu de l'article L. 711-3 du code de commerce, « *les chambres de commerce et d'industrie ont une mission de service aux entreprises industrielles, commerciales et de services de leur circonscription.*

Pour l'exercice de cette mission, elles créent et gèrent des centres de formalités des entreprises et apportent à celles-ci toutes informations et tous conseils utiles pour leur développement.

Elles peuvent également créer et assurer directement d'autres dispositifs de conseil et d'assistance aux entreprises, dans le respect du droit de la concurrence et sous réserve de la tenue d'une comptabilité analytique ».

D. LE DISPOSITIF ACHATVILLE

1. HISTORIQUE

15. La CCI de Grenoble a initié, en 1999, un dispositif de formation à l'utilisation du média Internet, intitulé AchatVille, accessible à tous ses ressortissants, commerçants inscrits au registre du commerce et des sociétés. L'objectif poursuivi par la CCI de Grenoble était de sensibiliser les TPE et les PME à l'utilisation d'Internet, en complément de leur activité commerciale traditionnelle.
16. La plateforme développée sur Internet à l'adresse <http://www.achat-grenoble.com> présente l'annuaire des commerçants constitué à partir des bases de données de la CCI de Grenoble. Cet annuaire recense les coordonnées (adresse et téléphone) de chaque commerçant et indique son activité professionnelle.
17. La plateforme <http://www.achat-grenoble.com> est une déclinaison locale de la plateforme <http://www.achat-ville.com>. Le site Internet <http://www.achat-ville.com> est la propriété de la CCI de Grenoble. La conception, l'exploitation, l'hébergement et le webmarketing du portail <http://www.achat-ville.com> et des plateformes locales sont réalisés par EOLAS.

18. Dans le cadre de ce dispositif, les commerçants qui souhaitent développer une vitrine Internet, voire mettre en ligne un site de commerce électronique avec un moyen de paiement en ligne, c'est-à-dire un site marchand, recourent aux partenaires privés de la CCI, dont EOLAS.
19. Le commerçant intéressé a alors le choix entre plusieurs options de développement de commerce en ligne :
 - la vitrine AchatVille (180 euros HT par an, soit 15 euros HT par mois), vitrine intégrée au dispositif AchatVille ;
 - la vitrine AchatVille avec Pack Autonomie (360 euros HT par an, soit 30 euros HT par mois), qui permet au commerçant de mettre à jour lui-même sa vitrine électronique et les produits qu'il présente, de bénéficier d'un système de paiement sécurisé et d'un nom de domaine propre ;
 - la vitrine AchatVille avec Pack Webmarketing (600 euros HT par an, soit 50 euros par mois), qui permet au commerçant de lancer des campagnes de mailing électronique et promet un meilleur référencement du site.
20. Au départ, pour mettre en œuvre AchatVille, la CCI de Grenoble a eu recours aux services de la société Dauphiné Network Service (ci-après « DNS »), qui avait à l'époque elle-même pour prestataire la société EOLAS. DNS a ainsi ouvert en juin 2000 le site Internet <http://www.achat-grenoble.com>. Au printemps 2003, la réorganisation du groupe Dauphiné Libéré a entraîné la disparition de sa filiale Internet DNS. Avant la disparition de DNS, EOLAS était chargée de construire et d'héberger la plateforme, pour le compte de DNS. Le 9 juillet 2003, EOLAS a signé un contrat de coopération avec la CCI de Grenoble, devenant ainsi un partenaire à part entière de celle-ci.
21. En 2001, le dispositif AchatVille a été étendu à l'échelle régionale. Puis, en 2003, il a fait l'objet d'une extension nationale par la conclusion entre la CCI de Grenoble et l'ACFCI d'une convention de partenariat de « *communication électronique collective des commerçants (CECC)* », ayant pour objet la « *promotion nationale par l'ACFCI de la méthode d'accompagnement développée par la CCI de Grenoble portant sur la formation et l'accompagnement individuel des TPE du commerce de détail et des services à l'usage d'Internet* ». Le développement du dispositif reposait toutefois sur le volontariat des CCI intéressées.
22. L'article 2.2 du contrat de coopération entre la CCI de Grenoble et EOLAS prévoit que la CCI s'engage « *au niveau national à assurer la coordination de l'opération pour les Chambres de Commerce et d'Industrie sur l'ensemble du territoire national, [à] mettre en place les moyens humains, techniques et financiers requis pour assurer la démultiplication de l'expérimentation auprès de l'ensemble du réseau consulaire, [à] céder à la société EOLAS la plate-forme technique Achatville [et à] concéder à la société EOLAS, un droit d'usage de la marque "AchatVille" propriété de la CCI de Grenoble* ».
23. De son côté, EOLAS s'engage à « *mettre en place les moyens humains et techniques requis pour maintenir la plate-forme technique dans des conditions d'exploitation conformes aux besoins du dispositif AchatVille* », (...) à « *intégrer en annuaire le fichier des TPE, fourni par la CCI [locale], avec localisation géographique individuelle des commerces présents dans cet annuaire* » et à « *réaliser pour chaque commerçant adhérent les mini-sites comprenant 1 page vitrine, 10 pages produits,*

un formulaire contact personnalisé, la commande de produits en ligne et paiement sécurisé, la cartographie et les encarts de publicité et d'animation ».

24. En vertu de l'article 4, relatif à la diffusion nationale du dispositif, *« EOLAS déclare être informé que l'utilisation par la CCI locale de la marque Achat-Ville et ses noms de domaines dérivés se fait sous réserve de l'acceptation par la CCI locale de l'hébergement du site AchatVille local sur la plate-forme technique d'exploitation nationale qui contient tous les sites AchatVille de France et qui en garantit la cohérence nationale tant au plan institutionnel (image des partenaires) que technique vis-à-vis des prestations offertes aux internautes. Cet hébergement qui comprend toutes les conditions de pérennisation des outils est effectué à titre gracieux par l'exploitant national EOLAS auprès de la CCI locale. Elle implique également la proposition prioritaire à la caisse d'épargne locale de participer au dispositif local. Il est alors expressément prévu que l'usage de la marque Achat-Ville [...] et ses dérivés (nom de domaine achat + nom de la ville locale par exemple) implique le recours aux partenaires nationaux (exploitant national et réseau Caisse d'épargne) principaux financeurs du dispositif AchatVille ».*
25. La rémunération d'EOLAS est prévue au même article : *« En contrepartie de la gratuité de mise à disposition et de développement de la plate-forme spécifique locale, la CCI adhérente au dispositif AchatVille s'engage sur un minimum de TPE qui devront rejoindre le dispositif local les deux premières années selon le barème annuel suivant :*
- 300 entreprises pour une CCI de plus de 25 000 ressortissants (tous codes APE confondus) ;*
 - 150 pour une CCI dont le nombre de ressortissants est compris entre 10 000 et 24 999 ;*
 - 100 pour une CCI dont le nombre de ressortissants est inférieur à 10 000.*
- En cas de non-respect de ces seuils minimums d'intégration de sites commerçants, la CCI locale s'engage à payer à la société EOLAS, exploitante du dispositif AchatVille, une somme correspondant au nombre de sites manquant multiplié par le prix d'un site qui est de 180 euros HT ».*
26. Le dispositif AchatVille a représenté 585 411,73 euros de chiffre d'affaires pour EOLAS pour l'année 2008, soit moins de 10 % de son chiffre d'affaires annuel. Pour la période 2003-2008, c'est-à-dire depuis qu'EOLAS est devenu le partenaire de la CCI de Grenoble, il lui a permis de réaliser 1 593 373,02 euros de chiffre d'affaires.
27. Le nombre de clients d'EOLAS, adhérents au dispositif AchatVille, a progressé de la façon suivante :
- au 1^{er} janvier 2004 : 646 clients ;*
 - au 1^{er} janvier 2005 : 697 clients ;*
 - au 1^{er} janvier 2006 : 956 clients ;*
 - au 1^{er} janvier 2007 : 1 433 clients ;*
 - au 1^{er} janvier 2008 : 1 955 clients ;*
 - au 1^{er} janvier 2009 : 2 195 clients.*

2. LA RESILIATION DU CONTRAT DE COOPERATION ENTRE LA CCI DE GRENOBLE ET EOLAS

28. Le contrat de coopération entre la CCI de Grenoble et EOLAS a été résilié le 22 janvier 2009 avec effet au 9 juillet 2009.
29. Un groupement de commandes a été constitué, au cours du second semestre 2008, regroupant plusieurs CCI et déléguant à la commission d'appel d'offres de la CCI de Grenoble la mission de réaliser l'appel d'offres pour pérenniser, sous une forme nouvelle, le dispositif AchatVille. Une procédure de passation d'un marché public a été lancée à cet effet. VASI ne s'est pas portée candidate.

E. LES PRATIQUES DÉNONCÉES

30. VASI reproche à la CCI de Grenoble d'avoir conclu un accord avec EOLAS, *« par lequel cette dernière se voit confier la conception, l'exploitation, l'hébergement et le webmarketing du portail "<http://www.achat-ville.com>" et des plateformes locales, telle que, par exemple, pour la ville de Lyon, <http://www.achat-lyon.com> ».*
31. VASI considère que *« ce montage contractuel a pour conséquence de faire bénéficier EOLAS d'un avantage concurrentiel considérable sur ses concurrents, en la plaçant, du fait de l'exclusivité dont elle bénéficie pour le service des CCI et de leurs ressortissants, dans une position dominante sur le marché de l'hébergement de petites et moyennes entreprises sur une plateforme technique, en vue de la fourniture de prestations de commerce électronique ».*
32. VASI ajoute que *« cet avantage concurrentiel interdit aux autres sociétés, qui souhaiteraient pénétrer sur ce marché, d'y accéder, les privant par voie de conséquence de perspectives de développement et limitant considérablement l'intérêt des investisseurs à l'égard de tout projet concernant la même cible de clientèle que celle que vise le dispositif AchatVille »* et conclut que cet état de fait présente *« toutes les apparences d'une situation abusive, caractéristique d'un abus automatique de position dominante ».*
33. VASI estime être confrontée à une situation d'abus d'automatique de position dominante au vu des circonstances suivantes :
 - « - la conclusion d'un accord-cadre entre la CCI de Grenoble et EOLAS étendu à l'ensemble des autres CCI par les conventions de partenariat entre les CCI et la CCI de Grenoble ;*
 - l'obligation faite à chaque CCI d'adhérer au réseau AchatVille, dès lors qu'elles veulent créer une plateforme de commerce électronique ;*
 - l'utilisation par chaque CCI de sa mission de conseil et d'assistance aux entreprises pour les solliciter individuellement et leur proposer d'adhérer au site Internet <http://www.achat-ville.com> ».*

II. Discussion

34. L'article R. 464-1 du code de commerce énonce que « *la demande de mesures conservatoires mentionnée à l'article L. 464-1 du code de commerce ne peut être formée qu'accessoirement à une saisine au fond de l'Autorité de la concurrence. Elle peut être présentée à tout moment de la procédure et doit être motivée* ». Une demande de mesures conservatoires ne peut donc être examinée que pour autant que la saisine au fond soit recevable et ne soit pas rejetée faute d'éléments suffisamment probants, en application de l'article L. 462-8 du même code.
35. En application de l'article L. 462-8 du code de commerce, « *l'Autorité de la concurrence peut (...) rejeter la saisine par décision motivée lorsqu'elle estime que les faits invoqués ne sont pas appuyés d'éléments suffisamment probants* ».

A. SUR LA COMPÉTENCE DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE

36. Aux termes de l'article L. 410-1 du code de commerce, les règles du titre II relatives aux pratiques anticoncurrentielles s'appliquent « *à toutes les activités de production, de distribution et de services, y compris celles qui sont le fait de personnes publiques, notamment dans le cadre de conventions de délégation de service public* ».
37. Au regard de la décision du Tribunal des conflits Aéroports de Paris en date du 18 octobre 1999, il convient de faire le départ, s'agissant de l'activité des personnes publiques, entre :
- d'une part, les actes par lesquels les personnes publiques font usage, pour l'organisation du service public dont elles ont la charge, de prérogatives de puissance publique : leur légalité, et notamment leur conformité au droit de la concurrence, ne peut être appréciée que par le juge administratif ;
 - d'autre part, les activités des mêmes personnes publiques, intervenant dans la sphère économique, qui sont détachables de leurs actes de puissance publique : comme celles de toute entreprise, elles peuvent être qualifiées par l'Autorité de la concurrence et le juge judiciaire qui la contrôle, au regard du droit des ententes et des abus de position dominante.
38. Dans sa décision du 4 mai 2009, Éditions Jean-Paul Gisserot (n° C 3714) le Tribunal des conflits a précisé que dans la mesure où les personnes publiques exercent des activités de production, de distribution et de services, sauf en ce qui concerne les décisions ou actes portant sur l'organisation du service public ou mettant en œuvre des prérogatives de puissance publique, ces personnes publiques peuvent être sanctionnées par l'Autorité de la concurrence agissant sous le contrôle de l'autorité judiciaire ; qu'en matière de marchés publics, lesquels ne traduisent pas la mise en œuvre de prérogatives de puissance publique, la compétence du juge administratif en qualité de juge du contrat, résultant de l'article 2 de la loi n° 2001-1168 du

11 décembre 2001 portant mesures urgentes de réformes à caractère économique et financier, ne fait pas obstacle à la compétence de l'Autorité de la concurrence, sous le contrôle de la cour d'appel de Paris, pour statuer sur les litiges fondés sur l'invocation des pratiques anticoncurrentielles, notamment définies aux articles L. 420-1, L. 420-2 et L. 420-5 du code de commerce ou relevant des dispositions prévues aux articles 81 et 82 du traité instituant la Communauté européenne.

39. Ainsi l'Autorité de la concurrence n'est pas compétente pour se prononcer sur la régularité des procédures de dévolution de délégations de service public ou de marchés organisées par une personne publique, le contentieux de ces actes administratifs, qui mettent en œuvre des prérogatives de puissance publique, relevant de la compétence exclusive du juge administratif. Le choix par la CCI de Grenoble de conclure, le 9 juillet 2003, un contrat de coopération avec EOLAS pour l'exploitation technique et opérationnelle du dispositif AchatVille ne peut ainsi être apprécié que par la juridiction administrative.
40. En revanche, le mécanisme sur lequel repose le dispositif AchatVille est détachable de l'exercice des prérogatives de puissance publique de la CCI de Grenoble. La mise à disposition, par la CCI de Grenoble, d'une plateforme technique à destination des TPE et PME leur permettant de développer une activité de commerce électronique est une activité de services au sens de l'article L. 410-1 du code de commerce, qui relève de la compétence de l'Autorité de la concurrence.
41. Au surplus, le comportement examiné par l'Autorité de la concurrence est celui d'EOLAS, entreprise privée, prestataire de la CCI de Grenoble. De toute évidence, les pratiques reprochées par VASI à EOLAS ne constituent pas des actes administratifs et ne concernent nullement la mise en œuvre de prérogatives de puissance publique qui impliqueraient une appréciation de la légalité d'actes administratifs relevant de la compétence du juge administratif.
42. Dans ces conditions, l'Autorité de la concurrence est compétente pour examiner les pratiques mises en cause au regard de l'article L. 420-2 du code de commerce.

B. LE MARCHE PERTINENT

1. LE MARCHE DE SERVICES

43. Ainsi que l'a rappelé à maintes reprises le Conseil de la concurrence, le marché, au sens où l'entend le droit de la concurrence, est défini comme le lieu sur lequel se rencontrent l'offre et la demande pour un produit ou un service spécifique. En théorie, sur un marché, les unités offertes sont parfaitement substituables pour les demandeurs qui peuvent ainsi arbitrer entre les offreurs lorsqu'il y en a plusieurs, chaque offreur étant soumis à la concurrence par les prix des autres.
44. Une substituabilité parfaite entre produits ou services s'observant rarement, sont regardés comme substituables et comme se trouvant sur un même marché les produits ou services dont on peut raisonnablement penser que les demandeurs les considèrent comme des moyens alternatifs entre lesquels ils peuvent arbitrer pour satisfaire une même demande.

45. Afin de déterminer les contours du ou des marchés relatifs aux services de prestations de commerce électronique pour les TPE et les PME, il convient de procéder à une analyse de la substituabilité pour ces entreprises entre les services rendus par la CCI de Grenoble, et les CCI locales participant au dispositif AchatVille, avec leur partenaire EOLAS, et les autres services de prestations de commerce électronique.

a) La demande

46. La demande émane, en premier lieu, des TPE et PME qui souhaitent se développer en recourant au commerce électronique. Le dispositif AchatVille leur permet de bénéficier d'une solution partagée, relativement peu coûteuse. Un effet de réseau, espéré au moment de la mise en place du dispositif, pourrait contribuer à rendre la plateforme AchatVille particulièrement attrayante.
47. A cet égard, la plateforme AchatVille est elle-même une forme de marché « *biface* », où l'un des côtés du marché (en l'occurrence les TPE et PME présentes) attire l'autre (les consommateurs) par sa taille et sa diversité. Ces interdépendances entre les TPE et les PME et les consommateurs sont source d'effets de réseaux. Un bien ou un service présente des effets de réseaux si le bénéfice (l'utilité) pour un consommateur donné dépend du nombre (ou de l'usage) des autres consommateurs.
48. Néanmoins, seulement 2 195 TPE et PME, dont 5 % ont développé un site d'achat en ligne, adhéraient au 1^{er} janvier 2009 au dispositif AchatVille, en étant clientes d'EOLAS. Les entreprises de ces catégories entrant dans le champ du commerce de détail et des services aux particuliers sont près d'un million en France¹. Nombre de TPE et de PME ont choisi d'autres solutions que le dispositif AchatVille pour développer une activité de commerce électronique. À cet égard, la Fédération du e-commerce et de la vente à distance évalue à environ 48 000 le nombre de sites d'achat en ligne en France.
49. La demande émane aussi, en second lieu, des CCI qui souhaitent offrir aux commerçants enregistrés sur leur territoire la possibilité de se développer grâce à Internet. Le dispositif AchatVille répond à cette volonté.
50. 26 CCI participent au dispositif AchatVille (26 sur 148 CCI présentes sur le territoire national). La grande majorité des CCI n'apparaît pas concernée par ce dispositif. La croissance du nombre de CCI participant au dispositif a été la suivante :
- au 1^{er} janvier 2004 : 3 CCI (Grenoble, Lyon, Haute-Savoie) ;
 - au 1^{er} janvier 2005 : 7 CCI (Grenoble, Lyon, Haute-Savoie, Loire, Meurthe-et-Moselle, Nièvre, Savoie) ;

¹ Source DGI – INSEE – DCASPL, base de données fiscales.

- au 1^{er} janvier 2006 : 9 CCI (Grenoble, Lyon, Haute-Savoie, Loire, Meurthe-et-Moselle, Nièvre, Savoie, Calvados, Essonne) ;
 - au 1^{er} janvier 2007 : 15 CCI (Grenoble, Lyon, Haute-Savoie, Loire, Meurthe-et-Moselle, Nièvre, Savoie, Calvados, Essonne, Deux-Sèvres, Sud Alsace, Côte d'Armor, Moselle, Nantes, Côte d'Or) ;
 - au 1^{er} janvier 2008 : 26 CCI (Grenoble, Lyon, Haute-Savoie, Loire, Meurthe-et-Moselle, Nièvre, Savoie, Calvados, Essonne, Deux-Sèvres, Sud Alsace, Côte d'Armor, Moselle, Nantes, Côte d'Or, Alès, Bastia, Dordogne, Doubs, Ile-et-Vilaine, Indre, Touraine, Provence, Saint-Pierre-et-Miquelon, Saône-et-Loire, Yonne) ;
 - au 1^{er} janvier 2009 : 26 CCI (idem).
51. Il ressort de ces éléments que l'importance du dispositif AchatVille est relativement faible.

b) L'offre

52. Du côté de l'offre, le dispositif AchatVille est commercialisé par les CCI adhérentes. La répartition des attributions s'effectue de la façon suivante : le volet commercial est assuré par le personnel de la CCI (démarches en direction des entreprises, signature des bons de commande, etc.), le volet technique (mise en place du site, maintenance, etc.) par EOLAS.
53. La convention de partenariat de « *communication électronique collective des commerçants (CECC)* », conclu entre la CCI de Grenoble et l'Assemblée des chambres de commerce et d'industrie (ACFCI), définit les « *TPE bénéficiaires du programme : par la présente, on entend les entreprises de moins de dix salariés du secteur du commerce de détail et des activités de service, inscrites au RCS, qui n'ont pas encore de site professionnel sur Internet. Cette définition est un tronc commun minimum qui pourra être élargi au cas par cas en fonction des contraintes spécifiques des CCI locales engagées dans le dispositif* ».
54. Toutefois, le commerçant qui souhaite développer son site de commerce électronique peut décider de passer par une autre voie que celle proposée par la CCI. Il peut faire appel aux sociétés de services et d'ingénierie informatique, aux plateformes e-commerce comme celles développées par VASI ou par des opérateurs plus importants comme eBay et PriceMinister mais, également, aux opérateurs spécialisés dans la création de boutiques en ligne comme Oxatis (plus de 3 000 clients) ou Powerboutique (plus de 2 000 clients).
55. La substitution d'EOLAS est donc possible au profit d'autres prestataires de commerce électronique, notamment de plateformes bénéficiant d'effets de réseaux plus importants comme eBay (30 000 vendeurs professionnels) ou PriceMinister (10 000 vendeurs professionnels).

56. Il ressort de ce qui précède que le marché de services pertinent pour l'analyse de la puissance de marché d'EOLAS est plus large que le seul dispositif AchatVille mis en place par la CCI de Grenoble. Le marché pertinent s'étend à l'ensemble des prestations de services offertes aux TPE et PME pour développer un site de commerce électronique.

2. LE MARCHE GEOGRAPHIQUE

57. Un marché géographique pertinent se définit comme « *le territoire sur lequel les entreprises concernées sont engagées dans la fourniture ou la demande des produits ou services pertinents, où elles sont exposées à des conditions de concurrence similaires ou suffisamment homogènes et qui se distingue des territoires voisins sur lesquels les conditions de concurrence sont sensiblement différentes* » (voir notamment la décision du Conseil de la concurrence n° [07-D-33](#) relative à des pratiques mises en œuvre par la société France Télécom dans le secteur de l'accès à Internet à haut débit).
58. En l'espèce, la dimension géographique du marché des prestations de commerce électronique est au moins nationale. Il n'existe pas d'obstacle matériel à ce que la prestation soit réalisée à partir de n'importe quel point du territoire national. Les principaux opérateurs présents sur le marché sont des opérateurs agissant sur l'ensemble du territoire national pour l'ensemble des entreprises souhaitant développer une activité de commerce électronique.

C. L'ABSENCE DE POSITION DOMINANTE

59. Au vu du nombre de ses clients par rapport aux TPE et PME ayant recours ou étant susceptibles d'avoir recours à Internet pour présenter ou vendre leurs produits ou services (voir le paragraphe 48 ci-dessus), il n'est pas établi qu'EOLAS soit en position dominante sur le marché pertinent des prestations offertes aux TPE et PME pour développer un site de commerce électronique. De plus, VASI n'apporte aucun élément de nature à justifier que, sur le marché considéré, EOLAS détiendrait, malgré la faiblesse de sa part de marché, une position dominante. Dans ces conditions, aucun abus de position dominante, tel que visé à l'article L. 420-2 du code de commerce ne peut lui être reproché.
60. Il résulte de ce qui précède que la saisine, qui n'est pas étayée par des éléments suffisamment probants, doit être rejetée en application de l'article L. 462-8 du code de commerce. Par conséquent, la demande de mesures conservatoires doit également être rejetée.

DÉCISION

Article 1^{er} : La saisine enregistrée sous le numéro 08/0094 F est rejetée.

Article 2 : La demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro 08/0095 M est rejetée.

Délibéré sur le rapport oral de M. Hugues Julié et l'intervention de M. Jean-Marc Belorgey, rapporteur général adjoint, par Mme Anne Perrot, vice-présidente, présidente de séance, Mmes Reine-Claude Mader-Saussaye et Carol Xueref, M. Thierry Tuot, Membres.

La secrétaire de séance,
Véronique Letrado

La vice-présidente,
Anne Perrot

© Autorité de la concurrence