



Ventes et publicité en ligne: n'importe quand, n'importe où, mais pas n'importe comment

Juin 2023

Imaginez...

Votre entreprise vend ses produits par l'intermédiaire de sa propre boutique en ligne et de distributeurs indépendants qui, à leur tour, vendent vos produits, notamment en ligne.

Certains distributeurs proposent vos produits sur des places de marché en ligne, notamment Amazon et eBay, et font de la publicité pour vos produits sur des moteurs de recherche et des sites de comparaison de prix, tels que Google Shopping, PriceGrabber et Shopping.com.

Vous aimeriez interdire ces pratiques, parce qu'elles ne sont pas conformes à la politique de qualité de votre entreprise. Toutefois, vous savez que les règles en matière de droit de la concurrence sont strictes en ce qui concerne l'interdiction ou la limitation des ventes par internet. Mais vous avez entendu dire, lors d'une récente formation sur le droit de la concurrence, que de nouvelles règles sur les ventes par internet étaient récemment entrées en vigueur.

Parlons peu, parlons bien: qu'est-ce qui est autorisé et qu'est-ce qui ne l'est pas?

• • • contrast • • • •

Quelques précisions.

Depuis le 1er juin 2023, la période transitoire des nouvelles règles européennes en matière de droit de la distribution a pris fin, et tous les accords de distribution doivent désormais être conformes à ces nouvelles règles pour bénéficier de la zone de sécurité qu'elles confèrent.

Le nouveau régime accorde une place centrale aux ventes en ligne. Par exemple, il introduit une nouvelle restriction dite "caractérisée", qui est toujours exclue de la zone de sécurité et reprise sur la liste noire, dans le cas où des fournisseurs interdisent à leurs distributeurs et à leurs clients d'utiliser effectivement l'internet pour revendre les biens ou les services contractuels.

Toutes les restrictions directes ou indirectes aux ventes en ligne sont interdites. Par exemple, un fournisseur ne peut pas exiger de ses distributeurs qu'ils sollicitent une autorisation avant d'effectuer des transactions en ligne sur leur site web, ou leur interdire d'utiliser les marques commerciales ou les noms de marque du fournisseur dans leur boutique en ligne. De telles restrictions sont considérées comme des restrictions de clientèle ou de territoire illégales.

En revanche, d'autres restrictions sont autorisées, notamment celles qui concernent la manière dont les distributeurs et leurs clients vendent les produits en ligne ou en font la publicité (restrictions relatives aux modalités de vente).

Un fournisseur peut toujours imposer des critères de qualité pour la vente en ligne de ses produits, par exemple sur la manière dont ses produits doivent être présentés dans la boutique en ligne, et d'une manière générale pour garantir la qualité et l'apparence de la boutique en ligne.

Ainsi, un fournisseur est autorisé à interdire à ses distributeurs et à leurs clients d'utiliser les places de marché en ligne, pour autant que les distributeurs et leurs clients puissent utiliser effectivement l'internet par le biais de leur propre boutique en ligne et pour faire de la publicité en ligne. Il convient de noter que la zone de sécurité ne s'applique que si les parties détiennent une part de marché ne dépassant pas 30%. Au-delà de 30%, il devient plus difficile d'imposer une interdiction d'utiliser les places de marché en ligne, surtout si le fournisseur lui-même les utilise pour vendre ses produits.

Un fournisseur peut également imposer des critères de qualité pour réguler les modes de publicité en ligne. Cela vaut pour l'utilisation par les distributeurs et leurs clients de canaux de publicité en ligne tels que les moteurs de recherche et les services de comparaison de prix. Un fournisseur peut même interdire l'utilisation de certains moteurs de recherche et services de comparaison de prix s'il estime qu'ils ne répondent pas à ses normes de qualité. Toutefois, pour ne pas perdre le bénéfice de la zone de sécurité, un fournisseur ne peut pas interdire l'utilisation d'un canal de publicité en ligne entier et, par exemple, imposer une interdiction complète de l'utilisation des moteurs de recherche ou des services de comparaison de prix. En effet, cela reviendrait à restreindre l'utilisation effective de l'internet, ce qui constitue une restriction caractérisée interdite.

• • • contrast • • • •

Concrètement.

- Le 1er juin 2023, la période transitoire des nouvelles règles européennes en matière de droit de la distribution a pris fin, et tous les accords de distribution doivent désormais s'y conformer pour bénéficier de la zone de sécurité du droit de la concurrence. Le nouveau régime s'applique jusqu'au 31 mai 2034.
- Les restrictions que les fournisseurs imposent à leurs distributeurs et clients quant à leur faculté d'utiliser effectivement l'internet pour vendre les produits contractuels ne peuvent bénéficier de la zone de sécurité.
- La zone de sécurité permet aux fournisseurs d'imposer des critères de qualité concernant l'utilisation de l'internet par leurs distributeurs et leurs clients. Par exemple, ils peuvent interdire l'utilisation de certains canaux de vente en ligne, tels que les places de marché en ligne, à condition toutefois que la part de marché des deux parties ne dépasse pas 30%.
- Les fournisseurs peuvent également imposer des critères de qualité à la publicité en ligne pour leurs produits, et peuvent à ce titre interdire d'utiliser certains moteurs de recherche et services de comparaison de prix qui ne répondent pas aux critères de qualité du fournisseur, à condition que l'interdiction ne s'étende pas à une interdiction d'utiliser un canal de publicité en ligne entier.

Plus d'infos?

- Le nouveau règlement d'exemption par catégorie (la « zone de sécurité ») et les lignes directrices de la Commission européenne qui l'accompagnent sont disponibles [ici](#).
- Le Distribution Law Center est la plateforme en ligne de référence pour le droit de la distribution. Elle se compose d'un réseau de spécialistes de 27 pays et est pilotée par **contrast**. Vous pouvez nous suivre via le [site web](#) du DLC et [LinkedIn](#).
- Cette édition de notre « In The Picture » marque également le lancement d'une nouveauté. Dorénavant, le Distribution Law Center répondra périodiquement à des questions intéressantes et concrètes de notre pratique en droit de la distribution dans des mises à jour spéciales. Vous pouvez d'ores et déjà vous inscrire [ici](#).
- Le 12 octobre 2023, le Distribution Law Center organisera son deuxième séminaire en ligne. Les développements les plus pertinents dans le domaine de la distribution seront analysés. En envoyant un courriel à dlc@contrast.law, vous pouvez déjà vous inscrire gratuitement.