

Joaquin Almunia
Vice-président
Commission européenne
Rue de la Loi 200
B-1049
Belgique

Le 7 avril 2010

Monsieur le Vice-président,

Objet : Révision des règles de l'UE en matière d'accords verticaux/distribution sélective

Le secteur du e-commerce est un moteur essentiel de croissance et d'emploi pour l'économie européenne. Plus de 300 millions d'utilisateurs d'internet au sein de l'Union européenne tirent profit de la concurrence et du choix accrus que le commerce électronique permet. Les acteurs du e-commerce, parmi lesquels des centaines de milliers de petites et moyennes entreprises (PME) européennes, réalisent des investissements massifs pour répondre à la demande des clients portant sur une large gamme de biens et de services, et pour ainsi offrir aux consommateurs une expérience du commerce de détail qui soit pratique, centrée sur les clients, de grande qualité et différenciée.

Les sociétés signataires de ce courrier se sont engagées à créer un véritable Marché Unique Numérique (Digital Single Market) qui profite aux citoyens européens dans le cadre d'une économie en plein essor, placée sous le signe de l'innovation et de la durabilité. Néanmoins, nous craignons que le potentiel du Marché Unique Numérique soit compromis par les propositions de modifications législatives en cours de discussion en Europe. Les consommateurs européens et l'économie européenne risquent d'y perdre beaucoup. Et il semble bien que nos craintes soient partagées par les consommateurs et les associations de consommateurs européens.

Nous nous accordons à penser que la révision des règles de l'UE en matière d'accords verticaux, et en particulier les propositions de modification des lignes directrices relatives à la distribution sélective, sont peu pertinentes et desserviront la cause des consommateurs dans leur ensemble. En effet, si le débat a essentiellement porté sur les relations entre acteurs du commerce électronique et du luxe, notre principale inquiétude concerne en réalité l'impact de la nouvelle réglementation sur les biens de consommation courante.

Aussi, sollicitons-nous votre intervention afin que le projet de réglementation soit modifié et que toute forme de discrimination entre le commerce en ligne et le commerce traditionnel soit écartée. A nos yeux, trois points du projet de réglementation méritent en particulier d'être réexaminés:

1. Les dispositions visant à permettre au fabricant « d'exiger de ses distributeurs de disposer d'une boutique ou d'un showroom « en dur » avant de s'engager dans la distribution en ligne » sont préjudiciables à la concurrence et au consommateur ; elles placeront les détaillants et les plates-formes internet dans une situation concurrentielle désavantageuse vis-à-vis de leurs concurrents du commerce traditionnel. De récentes études montrent que l'argument du "free-riding" pour justifier de telles dispositions est dépassé. Nous demandons la suppression de cette disposition et que la réglementation demeure neutre quant au modèle commercial, laissant aux consommateurs le choix de leur lieu et mode d'achat.
2. Depuis quelques mois, en s'appuyant explicitement sur le projet de réglementation de la Commission, des fabricants de biens de consommation courante (par exemple dans le secteurs des jouets, des montres, de l'électronique grand public et des appareils ménagers) tendent à recourir à la distribution sélective pour commercialiser des produits qui, à l'origine, n'avaient pas vocation à être régis par les règles de distribution sélective. Nous pensons que leur principale motivation est de restreindre la disponibilité desdits produits via le commerce électronique et par conséquent de

maintenir des prix élevés au détriment du consommateur final. Nous demandons par conséquent que la réglementation s'accompagne d'une présomption d'illicéité en cas d'extension de la distribution sélective à des produits qui n'étaient pas précédemment distribués selon des règles de distribution sélective. La nouvelle réglementation devrait également préciser que le recours à la distribution sélective est réservé à des produits qui requièrent, de manière objective, la mise en oeuvre de ces accords de distribution restrictifs.

3. Les PME bénéficient des investissements que nos sociétés effectuent dans des plates-formes et les places de marchés. Les plates-formes permettent aux PME d'accéder à un réseau de distribution extrêmement compétitif afin d'atteindre de nouveaux clients et de pénétrer de nouveaux segments géographiques. Elles leur permettent également de se positionner très rapidement et de manière rentable en concentrant leurs efforts sur leur coeur de métier, et de bénéficier de l'investissement et de l'expertise des plates-formes et places de marché dans des secteurs tels que les systèmes de paiement sécurisés, le marketing et la logistique. Nous demandons par conséquent à la Commission de faire en sorte que les plates-formes ne soient pas désavantagées par rapport aux autres réseaux de distribution et que la nouvelle réglementation ne compromette pas la capacité de commerces légitimes à vendre en ligne.

Nonobstant ce qui précède, nous reconnaissons que les fabricants doivent rester libres de choisir leurs distributeurs sur la base de critères objectifs, non-discriminatoires et transparents. Toutefois, le recours à la mise en place d'un réseau de distribution sélective devrait être limité aux situations où ce réseau apporte un réel bénéfice aux consommateurs. Toute nouvelle réglementation devrait reconnaître que la vente au détail par internet a évolué vers un environnement varié, riche en informations et de grande qualité, comparable et à bien des égards supérieur à celui de la vente au détail traditionnelle. La capacité des consommateurs de recourir à un mode d'achat qui réponde le mieux à leurs besoins particuliers et celle des détaillants d'y répondre constituent, à nos yeux, un moteur essentiel des marchés concurrentiels.

Nous vous prions de soutenir ces changements essentiels au projet de réglementation concernant les contraintes verticales. La nouvelle réglementation ne doit pas compromettre la croissance du secteur de l'e-commerce dans l'Union européenne et les consommateurs européens doivent pouvoir bénéficier des avantages en termes de concurrence et de choix associés au e-commerce.

Confiants dans l'intérêt que vous portez à notre démarche, nous vous prions, Monsieur le Vice-président, d'agréer l'expression de nos sincères salutations.

Greg Greeley, Vice-président, Europe, Amazon EU Sarl
Jean-Emile Rosenblum, Co-fondateur, Vice-président, Pixmania
Pierre Kosciusko-Morizet, Fondateur, Président Directeur-Général, Price Minister
Gauthier Picquart Co-fondateur, Président Directeur-Général, Rueducommerce
Yohan Ruso, Directeur-Général, eBay France
Denis Terrien , Directeur-Général, 3 Suisse International

Copies : Président Barroso, Commissaires Kroes, Barnier, Dalli, Tajani