

**DIRECTION DES AFFAIRES FINANCIÈRES ET DES ENTREPRISES
COMITÉ DE LA CONCURRENCE**

**Compte rendu succinct : ANNEXE AU COMPTE RENDU SUCCINCT DE LA 124^{ème}
RÉUNION DU COMITÉ DE LA CONCURRENCE, TENUE LES 27 ET 28 OCTOBRE 2015**

Synthèse de l'audition sur les accords de parité inter-plateformes

28 octobre 2015

Paris, France

La présente synthèse établie par le Secrétariat de l'OCDE reprend les principales conclusions issues du débat tenu au titre du point 7 de l'ordre du jour de la 124^{ème} réunion du Comité de la concurrence, les 27 et 28 octobre 2015.

D'autres documents sur ce débat peuvent être consultés à l'adresse : www.oecd.org/daf/competition/competition-cross-platform-parity.htm

JT03395867

Document complet disponible sur OLIS dans son format d'origine

Ce document et toute carte qu'il peut comprendre sont sans préjudice du statut de tout territoire, de la souveraineté s'exerçant sur ce dernier, du tracé des frontières et limites internationales, et du nom de tout territoire, ville ou région.

**Compte rendu succinct : ANNEXE AU COMPTE RENDU SUCCINCT DE LA 124^{ème} RÉUNION DU
COMITÉ DE LA CONCURRENCE, TENUE LES 27 ET 28 OCTOBRE 2015**

Synthèse de l'audition sur les accords de parité inter-plateformes

28 octobre 2015

Paris, France

Établie par le Secrétariat¹

Plusieurs points importants se dégagent des débats qui ont eu lieu lors de l'audition, ainsi que des contributions des délégués et des experts :

1. L'utilisation d'accords de parité inter-plateformes (APPA) par lesquels les plateformes en ligne empêchent les producteurs de pratiquer un prix de détail plus bas sur des plateformes concurrentes proposant un taux de commission plus faible suscite des préoccupations croissantes. Ces accords suppriment l'incitation que les plateformes peuvent avoir à se faire concurrence sur la commission facturée aux producteurs, ce qui entraîne une hausse de ces commissions et, partant, du prix final acquitté par le consommateur. Ils pourraient également faire obstacle à l'entrée sur le marché de plateformes à bas coûts, freiner l'innovation voire favoriser des pratiques collusoires.

Il ressort de l'audition que même si les affaires restent pour l'heure peu nombreuses, l'utilisation par des plateformes en ligne d'accords qui empêchent les producteurs de pratiquer des prix de détail plus faibles sur des plateformes concurrentes proposant des taux de commission plus bas constitue une préoccupation croissante. De surcroît, les effets sur la concurrence d'accords limitant la liberté des producteurs qui vendent leurs produits sur des plateformes en ligne sont généralement moins bien compris que ceux de restrictions verticales classiques. Il a été relevé que les restrictions contenues dans ces accords peuvent viser les prix mais aussi les conditions.

Quatre théories du préjudice direct ont été formulées durant les débats. La première, qui est aussi la plus importante, est que le recours à ces accords empêche les plateformes de différencier les prix pour accroître leur volume de ventes ou de réservations. Les plateformes concurrentes ne sont donc pas incitées à proposer aux producteurs une commission plus basse que celle pratiquée par la plateforme partie à un APPA. De même, les plateformes qui ont conclu un APPA peuvent augmenter leur commission sans risquer que des écarts de prix n'entraînent une baisse de leur volume de ventes. En conséquence, en plus d'éliminer la concurrence intramarque, l'APPA peut se traduire par une hausse non négligeable des prix pratiqués par les producteurs qui vendent sur la plateforme, même en présence d'une concurrence intermarques dynamique.

Deuxièmement, les APPA pourraient empêcher l'entrée sur le marché de plateformes à bas coûts, mais favoriser celle de plateformes à coûts élevés misant sur la qualité plutôt que sur les prix pour être compétitives. L'absence de différenciation des prix empêche les consommateurs de définir le point d'équilibre qu'ils privilégient entre prix et qualité. Troisièmement, en présence d'APPA, il est moins probable que les plateformes se fassent concurrence sur la qualité du service qu'elles offrent aux producteurs parce que ces accords empêchent le producteur de les récompenser en orientant les consommateurs vers celles qui offrent des services plus intéressants (par exemple, une protection contre la fraude). Enfin, les APPA pourraient favoriser la collusion, soit entre producteurs au niveau des prix de détail en facilitant la surveillance du respect des accords collusoires, soit entre plateformes au niveau des commissions parce qu'ils créent un mécanisme de punition automatique des plateformes qui dévient du montant de la commission convenu.

¹ Cette synthèse ne reflète pas nécessairement le point de vue unanime du Comité de la concurrence. Elle reprend néanmoins les principaux points soulevés durant l'audition, dans les contributions écrites des délégués, les présentations des experts et la note de réflexion du Secrétariat.

2. L'idée que l'adoption d'une relation d'agence entre plateformes et producteurs puisse se traduire par une hausse des prix et que la conclusion d'APPA puisse faciliter cette adoption est un autre sujet de préoccupation. Les APPA pourraient donc aussi être indirectement responsables des hausses de prix imputables à l'adoption d'une relation d'agence par les plateformes et les producteurs.

Schématiquement, la relation entre une plateforme et un producteur dans la chaîne d'approvisionnement peut revêtir deux formes. Dans la première, les plateformes achètent des produits aux producteurs sur les marchés de gros afin de les revendre aux consommateurs sur les marchés de détail. Dans l'autre forme, les producteurs vendent directement leurs produits aux consommateurs après avoir acheté à une plateforme des services d'aide à la vente (soit en lui payant une commission, comme celle que versent par exemple les hôteliers aux agences de voyage en ligne, ou par l'intermédiaire d'un autre mécanisme de rémunération). À noter que l'entreprise qui fixe le prix acquitté par les consommateurs n'est pas la même selon celle des deux formes de relation qui est adoptée.

Toutes les études montrent que les prix de détail sont plus élevés lorsqu'ils sont fixés par les entreprises qui exercent leur activité dans les parties les moins concurrentielles de la chaîne d'approvisionnement. Par exemple, si les plateformes sont soumises à une concurrence moins intense que les producteurs, elles fixent les prix à un niveau plus élevé que ne le feraient les producteurs. En conséquence, si la possibilité de conclure un APPA fait qu'une plateforme a intérêt à permettre aux producteurs de fixer les prix de détail plutôt que de les fixer elle-même alors qu'elle est exposée à la concurrence d'autres plateformes, autoriser l'APPA risque de se traduire par une hausse des prix acquittés par les consommateurs.

3. Les APPA peuvent aussi entraîner des gains d'efficience positifs pour les consommateurs. Ils peuvent éliminer le risque que les consommateurs utilisent une plateforme pour comparer les produits et bénéficier de services supplémentaires (évaluations des clients, par exemple) avant d'acheter le produit choisi directement auprès du producteur ou d'une plateforme pratiquant des prix moins élevés. De ce fait, ils évitent que les plateformes ne soient dissuadées d'investir dans la qualité de leurs services. Selon toute vraisemblance, les avantages de ces investissements pour les consommateurs et la possibilité ou non de protéger ces investissements par d'autres mécanismes ayant moins d'effets anticoncurrentiels que les APPA dépendent des spécificités de chaque espèce.

Les APPA peuvent avoir des avantages pour les consommateurs s'ils conduisent à une amélioration de la qualité de la plateforme. D'après les arguments avancés, ils pourraient permettre la réalisation d'investissements supplémentaires dans cette qualité parce qu'ils protègent les plateformes du parasitisme. Par ailleurs, aucune autre solution, par exemple l'adoption d'autres modes de rémunération, ne semble offrir la même protection tout en conciliant avec efficience les intérêts du producteur et ceux de la plateforme.

Il ressort de plusieurs affaires évoquées que le risque de parasitisme est non négligeable. En revanche, compte tenu, en particulier, de la valeur que représente potentiellement le recueil de données précieuses sur les consommateurs, rien ne prouve que ce parasitisme contraigne les plateformes à sortir du marché. Dès lors, on ne sait pas encore très bien si les nombreux avantages que les consommateurs retirent de l'existence des plateformes du fait de l'intensification de la concurrence intermarques et de la plus grande visibilité des petits producteurs dépendent ou non du recours aux APPA. Quoi qu'il en soit et selon les spécificités de chaque espèce, le risque que certains investissements soient abandonnés en l'absence d'APPA semble réel. Toutefois, dans les affaires évoquées, la nature des investissements qui ne seraient peut-être plus réalisés n'a généralement pas été précisée. Il a été avancé qu'il pourrait davantage s'agir d'investissements dans des campagnes publicitaires et dans l'image de marque des plateformes plutôt que dans les fonctionnalités qui améliorent la qualité des plateformes pour les consommateurs.

Il a été souligné qu'il est important de comprendre si des mécanismes moins anticoncurrentiels pourraient protéger ces investissements de nature à améliorer la qualité. Plusieurs modes de rémunération susceptibles de remplir ce rôle ont été recensés, mais il a été avancé qu'ils n'offriraient cette protection qu'au prix de pertes d'efficience. Ainsi, pour résoudre le problème du parasitisme, les plateformes pourraient facturer aux producteurs une redevance forfaitaire au titre du référencement ou une redevance à chaque fois que la référence de leur produit est consultée par l'intermédiaire de la plateforme. Il a cependant été objecté que ce modèle faisait assumer un risque trop élevé au producteur et n'inciterait pas les plateformes à encourager les consommateurs à acheter. Face à cette objection, une commission comportant deux volets a été envisagée, ce mécanisme permettant d'aligner les incitations, de partager les risques et d'offrir aux plateformes une protection contre le risque de parasitisme de leurs investissements. Il a

cependant été reconnu qu'une autorité de la concurrence n'a pas pour mission de recommander aux entreprises tel ou tel modèle économique. Dès lors, toute évaluation des autres solutions envisageables doit avoir pour seul but la construction du contrefactuel au regard duquel évaluer les effets sur l'efficience allégués.

4. L'ampleur des effets anticoncurrentiels des accords dépend du pouvoir de marché de la plateforme qui souhaite les conclure. Elle peut aussi dépendre du champ d'application de l'accord, mais cette incidence du champ d'application de l'APPA sur l'intensité de la concurrence sur les prix entre plateformes varie vraisemblablement selon les circonstances de chaque espèce.

L'ampleur de la hausse de prix dépend du pouvoir de marché de la plateforme qui impose l'APPA (en supposant que les entreprises agissent de manière indépendante et ne se coordonnent pas), parce que lorsque la plateforme en question dispose d'un pouvoir de marché, les producteurs ne peuvent pas formuler de menace crédible de déréférencement. Une plateforme dispose probablement d'un pouvoir de marché si, par exemple, elle contrôle l'accès à un groupe important de consommateurs n'utilisant qu'une seule plateforme ou si elle détient une large part de marché composée de consommateurs utilisant plusieurs plateformes. À l'inverse, une menace de déréférencement adressée par des producteurs à une petite plateforme arrivée depuis peu sur le marché pourrait être crédible. Dans ce contexte, il pourrait subsister une légère pression concurrentielle sur les taux de commission même si les producteurs acceptent l'APPA (ce qui n'est pas nécessairement le cas).

L'ampleur de l'effet peut aussi dépendre du champ d'application de l'accord. Les APPA étendus obligent les producteurs à pratiquer sur une plateforme des prix identiques à ceux qu'ils pratiquent par l'intermédiaire d'autres plateformes ou canaux de distribution, ce qui risque de supprimer la concurrence intramarque sur les prix de détail. À l'inverse, nombre d'autorités et d'experts prétendent que les APPA restreints, qui imposent une parité uniquement entre la plateforme et le site Internet du producteur, pourraient préserver une certaine concurrence sur les prix entre plateformes tout en éliminant ce qui constitue souvent la principale source de parasitisme (les ventes directes sur le site Internet du producteur).

En théorie, les APPA restreints posent peut-être moins de problèmes que les APPA étendus puisqu'ils permettent aux producteurs de tenter de faire baisser les commissions appliquées par les plateformes en menaçant de proposer leurs produits à un tarif plus avantageux sur des plateformes concurrentes. Toutefois, cette menace pourrait ne pas être crédible s'agissant de certains types de producteurs. Par exemple, elle ne l'est pas si le producteur refuse de fixer, sur des plateformes concurrentes, des prix inférieurs à ceux qu'il pratique sur son propre site. Ce refus peut être lié au risque de parasitisme déjà évoqué plus haut. Quoi qu'il en soit, même lorsque les producteurs sont prêts à proposer des prix inférieurs à ceux qu'ils pratiquent eux-mêmes, ils risquent d'être dissuadés d'investir dans leur propre site comme ils l'auraient fait en l'absence de l'APPA restreint.

Il a également été avancé qu'un producteur pourrait menacer de manière crédible de proposer sur une autre plateforme des prix inférieurs à ceux affichés sur son site s'il dispose d'une marque forte et si ses acheteurs directs sont moins sensibles aux prix que ceux qui achètent par l'intermédiaire de la plateforme (c'était par exemple le cas en ce qui concerne les sites de comparaison de prix dans le secteur de l'assurance automobile). En revanche, il pourrait en aller autrement dans les marchés composés d'un grand nombre de petits producteurs qui n'ont pas de marque forte et dont les clients directs sont peut-être les consommateurs les plus sensibles aux prix. En conséquence, rien ne prouve que les APPA plus restreints permettent de résoudre les problèmes posés par les APPA parce qu'ils pourraient eux aussi favoriser une hausse du taux de la commission que la plateforme exige de beaucoup des producteurs référencés et, partant, du prix acquitté par les consommateurs.

5. L'audition a offert l'occasion d'examiner les diverses approches juridiques utilisées par les autorités de la concurrence pour évaluer les APPA. Dans certaines affaires, ces accords ont été analysés comme des ententes horizontales sur les prix. Dans d'autres, ils ont été considérés comme des restrictions verticales portant sur les prix. Un expert propose de traiter ces restrictions comme des restrictions par objet, et d'accorder des exemptions lorsque l'entreprise peut démontrer que les effets anticoncurrentiels de l'accord sont contrebalancés par des gains d'efficacité, tandis que d'autres estiment que les effets des accords sur la concurrence doivent être appréciés au cas par cas et que des interventions correctives ciblées pourraient être positives pour les consommateurs.

Les débats ont montré que les APPA font l'objet d'un traitement différent selon les juridictions. Dans certaines affaires (*Flight Centre*), ils ont été considérés comme une entente sur les prix entre concurrents. Les autorités de la concurrence les ont cependant plus souvent assimilés à des restrictions verticales visant les prix. Selon un expert, les APPA étendus sont équivalents à des dispositifs de prix de vente imposé (*Resale Price Maintenance*, RPM) et ne doivent donc pas bénéficier d'un traitement plus clément que ces dispositifs. Cet expert a ajouté qu'il y avait de bonnes raisons de considérer les APPA comme des restrictions par objet, susceptibles de bénéficier d'exemptions à condition que l'entreprise parvienne à démontrer qu'ils engendrent des gains d'efficacité. À l'inverse, un autre participant a estimé que les effets des APPA étendus étant ambigus, il y avait lieu de les soumettre à une analyse au cas par cas. Cette analyse fondée sur les effets permettrait aux autorités de mettre en place des mesures correctives de nature à restreindre le champ d'application de l'APPA et, par conséquent, à éliminer ses effets anticoncurrentiels.

6. L'audition a également permis d'examiner les différentes approches envisageables pour remédier aux effets des APPA. Parmi les approches évoquées figurent les interdictions et les engagements à restreindre le champ de l'APPA. Chacune de ces approches comporte des risques.

Les approches adoptées varient selon les affaires et les juridictions, mais la plupart des autorités qui ont déjà rendu une décision ou accepté des engagements s'appêtent à conduire une évaluation *ex post* des effets de leur intervention. Par conséquent, on devrait à l'avenir disposer de davantage d'informations sur les interventions qui sont efficaces et celles qui ne le sont pas.

Certaines autorités ont interdit la conclusion d'APPA dans certains marchés ou proposent de le faire. Dans un cas, l'État a pris le contrepied de l'autorité et a interdit les APPA par une loi visant à protéger les consommateurs. Une autorité a précisé qu'en plus d'exiger la suppression des APPA, elle avait jugé nécessaire d'interdire des comportements équivalents, susceptibles d'imposer la même parité que l'APPA sans qu'il soit besoin de le formaliser dans un accord. L'autorité était plus précisément préoccupée par le fait qu'une plateforme disposant d'un pouvoir de marché puisse, malgré l'obligation de supprimer l'APPA, sanctionner un producteur proposant des prix plus bas sur d'autres plateformes en le déréférencant. Cette pratique lui permettrait donc de créer et de pérenniser la parité des prix sans avoir à le formaliser dans un accord. Elle pourrait ainsi respecter une interdiction tout en continuant d'entraver la concurrence.

D'autres autorités ont, dans des affaires impliquant des APPA, accepté des engagements et clos l'enquête. Ces engagements portaient notamment sur la restriction du champ d'application de l'APPA à travers l'exclusion de ce champ des plateformes concurrentes et des canaux de distribution hors ligne. Il reste cependant à savoir s'il peut en découler une hausse des coûts de recherche pour les consommateurs, contraints de s'adresser directement au producteur pour comparer les prix. Si tel est le cas, l'intervention risque de réduire la concurrence intermarques et d'entraîner une hausse des prix payés par les consommateurs.