

# Le temps est venu de lever les derniers obstacles de l'e-commerce

Jeudi 25 juin 2009



**A l'aune de l'explosion du commerce électronique, devenu aujourd'hui incontournable, une refonte de la réglementation européenne en vue de clarifier les règles du jeu s'impose. Cette réforme doit viser deux objectifs. Réserver la distribution sélective, tout d'abord, aux seuls produits qui la nécessitent. Et s'assurer que les critères de sélection des distributeurs agréés n'aboutissent pas à exclure artificiellement les plates-formes en ligne et les "pure players", qui n'exercent que sur Internet, estime Jean-Thomas Lesueur, délégué général de l'Institut Thomas More.**

Les élections européennes ont largement conforté la majorité en place au parlement européen, et José Manuel Barroso, dont le mandat courait jusqu'au 31 octobre, devrait être reconduit dans ses fonctions. La Commission va donc pouvoir, sans rupture de fond, s'atteler aux nombreux et parfois brûlants dossiers qui l'attendent. Parmi ceux-là, se trouve celui du commerce électronique, enjeu économique majeur et objet de débats passionnés - parfois jusque dans les prétoires... - entre fabricants, distributeurs et consommateurs.

Depuis des années, sa croissance est supérieure à 20% (22% attendus en 2009) et il s'est imposé comme un levier de croissance incontournable pour les entreprises qui s'y sont essayées, en même temps qu'un écueil fatal pour celles qui n'ont pas su s'y adapter. Et à l'heure de la crise, son développement joue pleinement en faveur du consommateur, qui y trouve une offre plus large et généralement des prix plus bas. Parallèlement à son développement, le commerce en ligne s'est professionnalisé, a été encadré, et offre aujourd'hui une sécurité équivalente à celle de boutiques physiques, tandis que la technologie améliore sans cesse la présentation des produits, l'information ou les conseils disponibles, l'ergonomie des sites, etc...

Cette évolution reflète celle des modes de consommation, bouleversés par le développement d'Internet. Cette facilité engendre à son tour de la part des consommateurs une exigence sans cesse accrue d'immédiateté et de disponibilité, qui renforce l'évolution de leurs comportements et assure le développement futur de l'e-commerce.

Malgré cela, sa croissance reste encore inférieure à son potentiel, constat qui a poussé le commissaire européen en charge de la protection des consommateurs, Meglena Kuneva, à identifier les obstacles au commerce électronique. Son rapport d'étape de mars dernier fait référence à la segmentation géographique du marché ou à la barrière linguistique, mais aussi à des obstacles réglementaires, dont les règles afférentes à la distribution sélective. En tant que tel, réserver la commercialisation de certains produits, quand leurs qualités propres le justifient, à des distributeurs agréés ne pose pas de problèmes de principe.

Nul, par exemple, ne voit d'insupportable obstacle à la concurrence dans la distribution en pharmacie des médicaments sous ordonnance. Mais de nombreux abus existent : recours à la distribution sélective pour des produits qui ne le justifient guère ou interdiction de vente en ligne, par exemple. Ainsi, nombre de produits ne sont pas ou peu commercialisés sur Internet. Or le nouveau consommateur s'attend à trouver en ligne un accès à tous les articles qui l'intéressent, et cette demande spontanée génère à son tour une offre qui, si elle est par trop restreinte, aboutit inéluctablement à des pratiques de contournement des réseaux officiels. Ainsi, en plus d'être anticoncurrentiel, l'abus en matière de distribution sélective se retourne contre ceux-là même qui y recourent !

Une refonte de la réglementation européenne en vue de clarifier les règles du jeu s'impose donc. Elle aura lieu cette année, avec l'arrivée à échéance du règlement de 1999 d'exemption par catégories des accords verticaux et la préparation de son successeur, attendu début 2010. Pour être pleinement efficace et dans l'intérêt des producteurs, des

distributeurs et des consommateurs, cette réforme doit viser deux objectifs. Réserver la distribution sélective, tout d'abord, aux seuls produits qui la nécessitent, ce qui est loin d'être le cas aujourd'hui. S'assurer, ensuite, que les critères de sélection des distributeurs agréés n'aboutissent pas à exclure artificiellement les plates-formes en ligne et les "pure players", qui n'exercent que sur Internet.

On peut en effet s'interroger sur la légitimité, voire la logique, du critère actuellement - et temporairement - retenu : limiter la vente en ligne en distribution sélective aux possesseurs de boutiques physiques... Depuis 1999, date du règlement européen encore en vigueur, les technologies ont suffisamment progressé pour permettre de préserver l'image des produits, offrir des présentations claires et des conseils ciblés aux consommateurs. De plus, des contraintes en termes de qualité des sites, de stockage et de logistique pourraient être imposées à ces distributeurs. Il ne reste plus, aujourd'hui, de vraies raisons de refuser la vente en ligne.

La justice en tient d'ailleurs compte : en 1999, Pierre Fabre Dermo-cosmétique avait obtenu l'interdiction de revente en ligne pour ses revendeurs agréés, bien que disposant d'un magasin, comme "dépréciant l'image de marque des produits" ; en 2009, le Conseil de la concurrence l'a condamné pour cela. On le voit, la réglementation évolue (souvent trop lentement) au rythme du progrès technologique, des changements de pratiques et de mentalités et le commerce en ligne n'est pas cette "zone de non droit" commercial que certains redoutent. Il convient de créer les meilleures conditions de sa croissance, pour le bénéfice de tous, et d'abord du consommateur.

Lien permanent vers cet article : <http://www.latribune.fr/opinions/20090624trib000391876/le-temps-est-venu-de-lever-les-derniers-obstacles-de-l-e-commerce.html>