

## CONCURRENCE

### • Procédure d'engagements (abus de position dominante) : l'Autorité de la concurrence accepte et rend obligatoires les engagements proposés par la société PagesJaunes SA

Onze agences de publicité avaient saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par la régie publicitaire de PagesJaunes lui reprochant d'abuser de sa position dominante sur le marché « de l'édition d'annuaires professionnels en France (...) et de la commercialisation des espaces publicitaires sur ceux-ci ». L'Autorité de la concurrence avait rejeté la demande de mesures conservatoires formulée par les saisissantes, considérant que les conditions d'urgence n'étaient pas réunies. Elle avait toutefois relevé qu'il n'était pas exclu que certaines pratiques, dont elle était saisie, puissent constituer un abus de position dominante, que PagesJaunes était susceptible de détenir sur les marchés de l'édition et de la publicité dans les annuaires (décision n° 10-D-38). Comme le permet l'article L 464-2, I du Code de commerce, afin de mettre fin aux préoccupations de concurrence susceptibles de constituer des pratiques prohibées et d'éviter le coût d'une procédure contentieuse et d'éventuelles sanctions, PagesJaunes a présenté, avant la notification de tous griefs, des engagements. Ces engagements, d'une durée de trois ans, présentés comme étant de nature à restaurer la concurrence sur le marché concerné, ont été acceptés par l'Autorité qui les a jugés substantiels, crédibles et vérifiables. Il s'agit des engagements suivants :

- PagesJaunes s'engage à permettre aux agences de publicité d'accéder aux statistiques de consultation des annonces sur pagesjaunes.fr dans des conditions identiques à celles dont bénéficie sa force commerciale ;
- elle s'engage à poursuivre la mise à disposition gratuite aux agences du logiciel de calcul des prix d'insertion des annonces ;
- elle s'engage à mettre en place une campagne de communication destinée à faire connaître aux annonceurs l'existence des agences et leur rôle et à les informer que les tarifs des insertions publicitaires dans les supports « pagesjaunes » sont identiques que les commandes soient passées par le biais d'une agence de publicité ou directement auprès de PagesJaunes ;
- elle s'engage à mettre en place un programme de conformité comprenant (i) la formation de sa force commerciale aux règles du droit de la concurrence, (ii) la mise en place d'un système d'alerte afin de traiter les plaintes éventuelles des agences en cas d'actions de dénigrement à leur rencontre commises par sa force de vente et (iii) l'instauration de sanctions disciplinaires à l'encontre des collaborateurs qui violeraient sciemment les règles du droit de la concurrence et notamment en cas de dénigrement des agences ;
- elle s'engage à mettre en place un contrôle préalable systématique des commandes de plus de 2.000 euros sur les activités à risques concernées dans les départements visés pendant la durée des engagements.

Afin de vérifier la bonne application de ces engagements, PagesJaunes devra adresser chaque année un rapport à l'Autorité de la concurrence (décision n°12-D-22 du 22 novembre 2012 relative à la saisine présentée par les sociétés NHK Conseil, Agence I&MA conseils, Sudmédia conseil, OSCP... à l'encontre des pratiques mises en œuvre par la société PagesJaunes SA).

### • Ententes : portée de la communication « de minimis » sur les accords d'importance mineure

Saisie par la Cour de cassation d'une question préjudicielle dans l'affaire opposant la société Expedia Inc. à l'Autorité de la concurrence au sujet des poursuites engagées par cette dernière en raison d'accords relatifs à la création d'une filiale commune entre Expédia et la SNCF, la Cour de Justice de l'Union Européenne précise :

- qu'une autorité nationale de concurrence peut valablement appliquer l'article 101 paragraphe 1 du TFUE à un accord même si celui-ci n'atteint pas les seuils de parts de marché fixés par la Commission dans sa communication « de minimis » (règlement CE n°1/2003 du Conseil du 16 décembre 2002) dès lors qu'il constitue une restriction sensible de la concurrence. La Cour indique que cette communication n'est pas contraignante à l'égard des Etats membres. Les seuils ne constituent que des indices parmi d'autres permettant aux autorités de concurrence et aux juridictions de déterminer le caractère sensible ou non d'une restriction de concurrence ;

- qu'un accord susceptible d'affecter le commerce entre Etats membres et ayant un objet anticoncurrentiel constitue, par nature et indépendamment de tout effet concret de celui-ci, une restriction sensible de concurrence (CJUE, aff. C-226/11, 13 décembre 2012 ; Expedia Inc. c/ Autorité de la concurrence).

- **Pratiques anticoncurrentielles locales (« micro-PAC ») : publication des injonctions/transactions par la DGCCRF**

Conformément à l'article L 464-9 du Code de commerce, le ministre de l'économie peut, en cas de pratiques anticoncurrentielles de dimension locale (les « micro-PAC »), enjoindre aux entreprises de mettre un terme à ces pratiques et leur proposer une transaction. Les pratiques de dimension locale sont celles qui (i) ne relèvent pas des articles 101 et 102 du TFUE, c'est-à-dire qui ne sont pas susceptibles d'affecter le commerce entre Etats membres, et qui (ii) sont mises en œuvre par des entreprises dont le chiffre d'affaires réalisé en France lors du dernier exercice clos ne dépasse pas individuellement 50 millions d'euros et, en cumulé, 100 millions d'euros. Les décisions prises dans le cadre de ce dispositif sont dorénavant mises en ligne sur le site internet de la DGCCRF (communiqué de presse de la DGCCRF, 12 décembre 2012).

## **DISTRIBUTION – PROPRIETE INTELLECTUELLE**

- **Distribution sélective : sanction de l'interdiction de vendre des produits de matériels hi-fi et home cinéma par Internet**

Un fabricant danois de produits de l'électronique grand public haut de gamme avait interdit à ses 48 distributeurs agréés sur le territoire français de vendre ses produits par Internet. Suite à une enquête menée dans le secteur de la distribution sélective de matériels hi-fi et home cinéma, des sociétés concurrentes de ce fabricant avaient proposé des engagements afin de répondre aux préoccupations de concurrence relevées dans le rapport d'enquête. Ledit fabricant avait refusé de présenter des engagements et poursuivi ses pratiques, ce qui avait motivé la poursuite par l'Autorité de la concurrence de l'instruction du dossier à son encontre. Cette instruction avait été suspendue par la question préjudicielle posée à la Cour de Justice de l'Union Européenne (CJUE) dans une affaire soulevant une question identique, dans le secteur de la distribution de produits cosmétiques et d'hygiène corporelle.

Après la décision de la CJUE (C-439/09), l'Autorité de la concurrence a repris son instruction et a décidé de sanctionner le fabricant en cause, ainsi que sa filiale française, à hauteur de 900.000 euros. L'Autorité de la concurrence relève que la clause interdisant aux distributeurs agréés de vendre les produits par Internet constitue une restriction de concurrence « par objet », constitutive d'une entente anticoncurrentielle, à moins que cette clause ne soit objectivement justifiée par un motif légitime. L'Autorité de la concurrence retient un certain degré de gravité de la pratique tenant à sa durée (en vigueur depuis 2001) et à la concurrence déjà réduite dans le secteur concerné (décision n°12-D-23 du 12 décembre 2012 relative à des pratiques mises en œuvre par la société Bang&Olufsen dans le secteur de la distribution sélective de matériels hi-fi et home cinéma).