

Géo-blocage : premiers résultats de l'enquête lancée par la Commission européenne

[DROITS D'AUTEURS / DROITS VOISINS]

Document de travail de la Commission européenne sur les pratiques de géo-blocage dans le secteur du e-commerce du 18 mars 2016

Il y a presque un an, le 6 mai 2015, la Commission européenne a lancé une enquête ayant pour objet d'identifier de possibles restrictions ou distorsions de concurrence dans le secteur du e-commerce. Cette initiative fait partie de la stratégie plus globale de la Commission européenne pour un Marché Numérique Unique (*Digital Single Market Strategy*), dont l'un des piliers principaux est d'assurer un meilleur accès aux biens et services en ligne à travers l'Europe, pour les consommateurs et les entreprises.

Dans le cadre de cette enquête, la Commission a publié le 18 mai 2016 un document de travail présentant des premiers résultats concernant le géo-blocage. A ce stade, aucune conclusion n'est tirée par la Commission sur le caractère licite ou illicite des pratiques relevées, ceci devant relever d'analyses au cas par cas conduites dans un second temps. Le document de travail synthétise les réponses de plus de 1400 revendeurs de biens de consommation et distributeurs de contenus numériques.

La principale observation formulée par la Commission est que les pratiques de géo-blocage sont largement répandues à travers l'Europe. En ce qui concerne les biens de consommation, 38% des revendeurs ont déclaré avoir recours à de telles pratiques, consistant principalement à refuser la livraison dans certains pays ou à refuser le paiement d'un consommateur selon sa localisation. Quant aux contenus numériques, 68% des distributeurs interrogés ont recours au géo-blocage.

La Commission dégage deux raisons principales à l'origine de cette situation. La première résulte des restrictions contractuelles entre les fournisseurs / producteurs et les revendeurs / distributeurs. Ceci concerne 59% des distributeurs de contenus numériques, principalement pour les séries TV (74%), les films (66%) ou encore le sport (63%). En revanche, une proportion moindre de revendeurs de biens de consommation se voit imposer le géo-blocage en raison de dispositions contractuelles (12%). Si elle se refuse à tirer pour le moment des conclusions, la Commission énonce tout de même que de telles conditions contractuelles peuvent mener à une restriction de concurrence en violation du droit de l'Union.

La seconde justification des pratiques de géo-blocage résulte des décisions unilatérales de certaines entreprises de ne pas vendre / distribuer à l'étranger. La Commission note que de telles décisions, lorsqu'elles sont prises par des entreprises qui ne sont pas en position dominante sur le marché considéré, tombent en dehors du cadre des pratiques anticoncurrentielles. Cependant, la pratique de ces entreprises pourrait être remise en cause par les développements parallèles de la Commission portant sur la portabilité des contenus numériques dont l'accès a été acquis par un consommateur dans et pour un certain pays membre de l'Union européenne.



société d'avocats

Ces premiers résultats devraient faire l'objet d'une analyse plus approfondie par la Commission au sein d'un rapport préliminaire publié mi-2016, tandis que le rapport final concernant cette enquête est annoncé pour le premier trimestre 2017. Parallèlement, la Commission entend publier, au plus tard en mai 2016, de nouvelles propositions législatives ayant pour objet de lutter contre les barrières injustifiées au e-commerce transfrontière.

Cette enquête est suivie avec attention par les industries culturelles et notamment la production cinématographique pour laquelle la concession d'exclusivités d'exploitation est une condition du financement.

Sylvain NAILLAT