



La Commission fixe de nouvelles normes en matière de transparence et d'équité pour les plateformes en ligne

Bruxelles, le 26 avril 2018

Questions et réponses

Pourquoi la Commission propose-t-elle un règlement visant à renforcer l'équité et la transparence pour les plateformes en ligne?

Les plateformes en ligne donnent accès à des marchés de consommation transfrontières et sont devenues une interface incontournable pour des millions d'entreprises, petites ou grandes, appartenant à des secteurs aussi divers que le commerce de détail en ligne, les services professionnels et le développement d'applis, les transports et l'hôtellerie.

Les moteurs de recherche et les plateformes en ligne génèrent la majeure partie du trafic internet à destination des grandes entreprises ainsi que des PME. Toutefois, le statut actuel des plateformes en ligne, en tant qu'intermédiaires des relations entreprise-client, leur permet de se livrer à des pratiques commerciales déloyales susceptibles de causer un préjudice économique important aux entreprises qui les utilisent. 46 % des entreprises interrogées dans le cadre d'une [étude](#) ont fait état de problèmes dans leurs rapports avec ces plateformes, voire de problèmes fréquents pour 21 % d'entre elles. En outre, 75 % des gros utilisateurs (c'est-à-dire ceux qui réalisent plus de 50 % de leur chiffre d'affaires via des plateformes d'intermédiation en ligne) sont beaucoup plus susceptibles de rencontrer des problèmes; pour 33 % d'entre eux, ces problèmes sont fréquents.

En outre, la visibilité en ligne des petites entreprises peut dépendre de leur classement dans les résultats de recherche, que ce soit sur une plateforme d'intermédiation en ligne ou dans les résultats de recherches effectuées au moyen de moteurs généralistes. 66 % des [PME de l'UE interrogées](#) ont expliqué que leur classement dans les résultats de recherche a une incidence sensible sur leurs ventes.

Quels objectifs poursuit le règlement proposé?

La proposition vise à établir un écosystème équitable, digne de confiance et fondé sur l'innovation pour l'économie des plateformes en ligne dans l'UE, et à contribuer à un meilleur fonctionnement du marché unique numérique en termes d'innovation, de compétitivité, de croissance et d'emploi.

En assurant aux entreprises une prévisibilité accrue dans leurs rapports avec les plateformes, et en leur donnant accès à des mécanismes de résolution des problèmes efficaces, on les encourage à avoir recours aux plateformes en ligne pour développer leurs activités. L'adoption de règles plus claires au niveau de l'UE devrait créer un environnement réglementaire prévisible pour les plateformes et leur permettre de se développer dans un marché unique moins fragmenté.

Quelles sont les plateformes d'intermédiation en ligne entrant dans le champ d'application du règlement?

Le règlement couvre les plateformes d'intermédiation en ligne et les moteurs de recherche généralistes qui fournissent leurs services à des entreprises établies dans l'UE et proposent des biens ou des services à des consommateurs situés dans l'UE. Un consommateur peut, par exemple, s'abonner directement à un service en ligne sur une plateforme (par exemple, télécharger une appli); il peut être redirigé vers le site internet d'une compagnie aérienne, ou encore utiliser une plateforme pour localiser un restaurant ou un magasin physique à proximité (par exemple grâce à Google My Business).

Ces plateformes d'intermédiation en ligne comprennent des places de marché du commerce électronique agissant pour le compte de tiers (par ex. Amazon Marketplace, eBay, Fnac Marketplace etc.), des boutiques d'applis (par ex. Google Play, Apple App Store, Microsoft Store etc.), des médias sociaux ouverts aux entreprises (par ex. pages Facebook, Instagram utilisé par des créateurs/artistes, etc.) et des outils de comparaison de prix (par ex. Skyscanner, Google Shopping etc.). Alors que les plateformes d'intermédiation en ligne sont couvertes dans la mesure où elles ont une relation contractuelle à la fois avec les entreprises qui commercent par leur intermédiaire et avec les consommateurs qui les utilisent, les moteurs de recherche en ligne généralistes sont couverts indépendamment du fait qu'ils sont ou non parties à une relation contractuelle.

La proposition exclut les services de publicité et de paiement en ligne qui ne jouent pas de rôle d'intermédiation dans des transactions directes entre entreprises et consommateurs, ainsi que les intermédiaires qui exercent leurs activités uniquement entre entreprises.

Quels sont les moteurs de recherche en ligne entrant dans le champ d'application du règlement?

Il s'agit des moteurs de recherche en ligne généralistes qui facilitent les recherches sur le web à partir d'une recherche sur un sujet donné et donnent comme résultats des liens correspondant à la recherche formulée (par ex. Google Search, Seznam.cz, Yahoo!, DuckDuckGo, Bing, etc.).

Quels avantages le règlement apporte-t-il aux entreprises de l'UE?

La proposition vise à faire en sorte que les entreprises exerçant des activités grâce à des services d'intermédiation en ligne et à des moteurs de recherche en ligne généralistes bénéficient d'une sécurité juridique et d'une clarté accrues quant aux règles qui régissent leurs rapports avec ces plateformes et à la manière de résoudre les éventuels litiges.

Premièrement, les entreprises seront informées des facteurs ayant une incidence sur leur classement dans les résultats d'une recherche générale en ligne ou d'une recherche effectuée sur une plateforme d'intermédiation en ligne spécifique. Dans le cas des plateformes d'intermédiation en ligne, ces informations comprennent aussi les circonstances dans lesquelles les entreprises peuvent influencer leur classement, par exemple en payant des commissions supplémentaires. En outre, ces entreprises recevront aussi des informations sur la manière dont les plateformes d'intermédiation en ligne traitent et classent les produits ou services que ces dernières commercialisent elles-mêmes par rapport à ceux proposés par des entreprises tierces, sur le type de données qui seront partagées avec elles (c'est-à-dire les données que les entreprises ou les consommateurs fournissent lors de l'utilisation des services d'intermédiation en ligne), et sur les raisons pour lesquelles elles peuvent être empêchées de proposer des biens et services à des conditions différentes via d'autres plateformes d'intermédiation.

Deuxièmement, les entreprises sauront désormais clairement dans quelles circonstances leur utilisation d'une plateforme d'intermédiation en ligne peut être suspendue ou résiliée, et quand elles risquent de voir leurs biens et services déréférencés et retirés des résultats de recherche. Elles seront également informées des raisons d'une telle mesure qu'une plateforme prendrait à leur égard.

Enfin, le règlement offre des moyens efficaces et rapides pour régler les litiges entre les entreprises et les plateformes d'intermédiation en ligne. Ainsi, les grandes plateformes d'intermédiation en ligne auront l'obligation de mettre en place un système interne de traitement des plaintes; quant aux plateformes plus petites, elles devront proposer un recours à la médiation. En outre, le règlement autorise désormais les entreprises à se faire représenter par des associations ou des organisations dans les litiges judiciaires qui les opposent à une plateforme d'intermédiation en ligne ou à un moteur de recherche en ligne en vue de faire cesser ou d'empêcher tout manquement aux exigences du règlement.

Que devront faire les plateformes d'intermédiation en ligne et les moteurs de recherche en ligne généralistes?

La Commission propose une approche de corégulation, qui impose aux plateformes d'intermédiation en ligne et aux moteurs de recherche en ligne de respecter des obligations légales, et les encourage à adopter, à titre volontaire, des mesures complémentaires.

Les plateformes d'intermédiation en ligne sont tenues de rendre leurs modalités et conditions plus transparentes et aisément accessibles. Ces modalités et conditions devront à l'avenir indiquer les motifs de suspension ou de résiliation du compte d'une entreprise. Elles devront en outre comporter une description de tout traitement différencié que la plateforme réserve aux biens ou services qu'elle offre elle-même, de l'accès que la plateforme donne aux données à caractère personnel ou aux autres données que fournissent les entreprises ou les consommateurs par son canal, et de la manière dont elle peut limiter la capacité des entreprises utilisatrices à proposer les mêmes biens ou services à des conditions différentes et par d'autres moyens (ce que l'on appelle la «clause de la nation la plus favorisée»). Il faudra annoncer toute modification apportée aux modalités et conditions et laisser aux entreprises un délai d'adaptation raisonnable avant l'entrée en vigueur des modifications.

Au cas où une plateforme d'intermédiation en ligne déciderait de suspendre ou de résilier le compte d'une entreprise, y compris en déréférençant individuellement les biens ou services ou en les supprimant effectivement des résultats de recherche, elle est tenue d'en communiquer la motivation à l'entreprise concernée.

Aussi bien les plateformes d'intermédiation en ligne que les moteurs de recherche en ligne devront exposer, dans leurs modalités et conditions ou dans un document descriptif accessible au public, leur politique générale de classement des entreprises dans les résultats de recherche.

Les plateformes d'intermédiation seront tenues, sauf s'il s'agit de microentreprises ou de petites entreprises (moins de 50 employés et un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'EUR), de mettre en place un système interne de traitement des plaintes et de rendre public chaque année un rapport sur son fonctionnement (indiquant par exemple le nombre de plaintes, leur objet, la durée de traitement des plaintes et les décisions prises). En outre, toutes les plateformes d'intermédiation en ligne doivent désigner au moins un médiateur avec lequel elles sont prêtes à entrer en contact en vue de parvenir à un règlement extrajudiciaire des litiges.

Pourquoi les petites entreprises comptant moins de 50 employés et réalisant un chiffre d'affaires inférieur à 10 millions d'EUR sont-elles exemptées de l'obligation de mettre en place un mécanisme interne de traitement des plaintes?

Un mécanisme interne de traitement des plaintes implique des coûts de mise en conformité plus élevés que les autres mesures proposées dans le règlement. Grâce à l'exemption accordée aux entreprises qui satisfont à la définition que donne l'UE des PME, aucune charge réglementaire disproportionnée ne sera imposée aux plateformes tant qu'elles sont en phase de démarrage ou d'expansion.

Les travaux menés dans le cadre de l'Observatoire de l'UE sur l'économie des plateformes en ligne (voir ci-après) permettront de surveiller l'efficacité de l'exemption proposée. Compte tenu de l'évolution rapide de l'environnement des plateformes, il sera important d'adapter cette exemption le cas échéant. Le suivi effectué permettra de faire en sorte que l'exemption proposée cible correctement les plateformes qui présentent les particularités à l'origine des problèmes de relations entre plateformes et entreprises détectés.

Quels seront les avantages pour les consommateurs?

Bien que la proposition ne concerne les consommateurs qu'indirectement, il est probable que les effets positifs globaux des nouvelles règles leur seront profitables. Grâce à l'amélioration de la confiance, de la prévisibilité et de la sécurité juridique dans l'environnement économique en ligne, l'utilisation des plateformes d'intermédiation en ligne par les consommateurs devrait faire augmenter le nombre d'entreprises qui y exercent leurs activités. Cette évolution devrait élargir le choix offert aux consommateurs et l'éventail des services disponibles, ce qui renforcera la concurrence entre les entreprises en ligne et entraînera une amélioration de la qualité et une baisse des prix des biens et services pour le consommateur.

Quels sont les rapports entre le règlement proposé et les législations nationales? En l'absence d'harmonisation de ces règles, quel est l'apport de la présente initiative?

L'instrument choisi est un règlement directement applicable, de sorte que les États membres ne peuvent pas fixer de règles supplémentaires dans les domaines qu'il couvre explicitement. Le règlement est un instrument d'harmonisation maximale qui s'applique de manière exclusive en ce qui concerne les obligations en matière de transparence et de recours qu'il établit.

Le règlement s'applique uniquement aux relations contractuelles entre plateformes et entreprises, ce qui exclut la législation des pratiques commerciales régissant de manière générale les relations inter-entreprises (B2B). Les normes des États membres en matière d'équité qui sont indépendantes des relations contractuelles continueraient par conséquent à s'appliquer. Les normes en question et le présent règlement seront donc complémentaires dans une large mesure. La Commission coopérera en outre étroitement avec les États membres pour faire en sorte que le contrôle de l'application du règlement proposé soit proportionné et limité aux plateformes couvertes par le règlement. Enfin, l'Observatoire de l'UE sur l'économie des plateformes en ligne évaluera la nécessité de règles sectorielles plus spécifiques.

Pourquoi la Commission crée-t-elle un nouveau règlement au lieu de s'appuyer sur le droit de la concurrence de l'UE en vigueur?

Le droit de la concurrence de l'UE vise les comportements anticoncurrentiels et examine les fusions. Or, les pratiques commerciales décrites à la section 2.1.1 du règlement proposé n'ont pas nécessairement d'objet ou d'effet anticoncurrentiel visé par l'article 101 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE). Pour que les règles destinées à réprimer les abus de position dominante au titre de l'article 102 TFUE s'appliquent, il faut que les plateformes concernées occupent une position dominante sur le marché en cause. Le règlement proposé visera par conséquent à compléter l'application du droit de la concurrence de l'UE, en ciblant des problèmes auxquels, en raison de leur type et de leur ampleur, le droit de la concurrence aux échelons de l'UE ou national n'apporte pas nécessairement de solution.

Pourquoi la Commission ne s'appuie-t-elle pas sur les législations nationales sur les pratiques déloyales?

Les mesures déjà adoptées ou envisagées par les États membres ne couvrent pas l'éventail complet des pratiques commerciales préjudiciables ni l'ensemble des plateformes d'intermédiation en ligne qui

sont susceptibles d'y avoir recours.

L'apparition de législations nationales démontre que les États membres reconnaissent de plus en plus l'insuffisance des règles actuelles pour s'attaquer aux pratiques préjudiciables auxquelles se livrent les plateformes d'intermédiation en ligne. Cependant, il peut exister des disparités, voire des conflits, entre les différentes législations nationales. En laissant aux États membres la réglementation de l'économie en ligne, qui est intrinsèquement transnationale, on risque d'aboutir à une fragmentation du marché intérieur, et c'est bien ce que la présente proposition cherche à éviter.

Pourquoi la Commission crée-t-elle un nouveau règlement au lieu d'étendre aux relations B2B les instruments existants du droit de la consommation?

Cela n'a pas été jugé approprié. En effet, le fait d'étendre le droit de la consommation au traitement des problèmes de relations B2B spécifiques aux plateformes serait disproportionné, car l'application de ces instruments s'étendrait inévitablement, au-delà des plateformes en ligne, à tous les commerçants. Le droit de la consommation vise les pratiques auxquelles les consommateurs sont confrontés dans leurs relations commerciales avec tout type d'entreprise, y compris les plateformes d'intermédiation en ligne agissant en tant que commerçants.

En ce qui concerne les droits des consommateurs sur les plateformes en ligne, la Commission vient d'adopter une proposition de «[nouvelle donne pour les consommateurs](#)» visant à actualiser la législation pertinente sur la protection des consommateurs, et notamment la directive sur les pratiques commerciales déloyales et la directive relative aux droits des consommateurs. La nouvelle donne pour les consommateurs propose d'obliger les places de marché en ligne à informer clairement les consommateurs des principaux paramètres déterminant le classement des offres présentées comme résultat des recherches effectuées. En ce sens, cette obligation de transparence ciblée complète les objectifs du règlement proposé sur les plateformes en ligne, mais elle est trop large pour être étendue aux entreprises en ligne.

Sur quels éléments objectifs la préparation du règlement repose-t-elle?

L'élaboration du règlement s'appuie sur un large processus d'enquête, comprenant une [consultation publique](#), [plusieurs études](#) (dont l'une menée auprès de plus de 3 500 sociétés), des [ateliers](#) réalisés avec des plateformes en ligne et des entreprises utilisatrices, des discussions bilatérales avec des parties prenantes, des entretiens avec des représentants des États membres, ainsi que des recherches internes sur les aspects juridiques et économiques des plateformes en ligne et de leurs pratiques B2B.

Comment la Commission garantira-t-elle que le règlement proposé reste adapté à sa finalité?

La Commission a adopté aujourd'hui une décision portant création d'un groupe d'experts qui, conjointement avec une équipe spécialisée d'agents de la Commission, constituera l'Observatoire de l'UE sur l'économie des plateformes en ligne. Le groupe sera composé d'experts indépendants dans le domaine de l'économie des plateformes en ligne, qui seront sélectionnés à la suite d'un appel public à candidatures. Le groupe se réunira au moins quatre fois par an et fournira à la Commission des conseils et des analyses d'experts sur l'évolution de l'économie des plateformes en ligne.

Il surveillera les tendances et perspectives des marchés, ainsi que l'évolution des pratiques potentiellement préjudiciables et l'élaboration des approches politiques et réglementaires nationales. Son travail se concentrera sur des questions telles que les processus algorithmiques de prise de décision et de classement, l'accès aux données et leur utilisation, la rémunération pour le matériel présenté en ligne, les relations B2B en matière de publicité en ligne, les allégations de pratiques discriminatoires de prestataires de services à l'égard des entreprises utilisatrices et les restrictions imposées aux entreprises utilisatrices quant à la possibilité de proposer des conditions différentes lorsqu'elles utilisent d'autres canaux de distribution.

Cette surveillance permettra d'informer les décideurs politiques des perspectives et des défis résultant de l'économie des plateformes en ligne, et servira en particulier au réexamen du règlement proposé trois ans après son entrée en vigueur.

Pour en savoir plus

[Communiqué de presse](#)

[Communication et autres liens utiles](#)