

**Les restrictions verticales dans la
vente en ligne**

1^{er} octobre 2014

Joseph Vogel

**Vertikale Beschränkungen Im Online
- Handel**

1. Oktober 2014

Joseph Vogel



INTRODUCTION

La position des autorités de concurrence sur les aspects verticaux de la vente en ligne doit elle être revisitée ?

EINFÜHRUNG

Ist eine Anpassung der Position der Wettbewerbsbehörden über die vertikalen Aspekte des Online-Handels wünschenswert?

Les facteurs à prendre en compte :

- a) Facteurs juridiques
- b) Facteurs économiques

Zu berücksichtigende Faktoren:

- a) Rechtliche Faktoren
- b) Wirtschaftliche Faktoren

a) Facteurs juridiques

- La position du droit américain
- Les faiblesses juridiques de l'interdiction par objet
- La nécessaire neutralité du droit de la concurrence par rapport à la distribution selon le canal de distribution retenu

a) Rechtliche Faktoren

- Position des amerikanischen Rechts
- Rechtliche Schwächen des *per se* Verbots
- Erforderliche Neutralität des Wettbewerbsrechts in Bezug auf den Vertrieb je nach dem gewählten Vertriebskanal

b) Facteurs économiques

- L'explosion du commerce en ligne
- Le renversement du pouvoir de marché sur internet au profit des distributeurs

b) Wirtschaftliche Faktoren

- Zunehmende Verbreitung des Online-Handels
- Umkehrung der Marktmacht im Internet zugunsten des Vertriebs

3 questions :

- 1) Les rémunérations différenciées
- 2) Le périmètre de l'interdiction d'interdire les ventes par internet
- 3) Les places de marché

3 Fragen:

- 1) Differenzierte Vergütungen
- 2) Geltungsbereich des Verbots, Internetverkäufe zu verbieten
- 3) Marktplätze

1) Les rémunérations différenciées

- Divergence de positions des autorités de concurrence
- Nécessité de permettre aux têtes de réseau de rémunérer de façon proportionnée les services rendus par chaque canal de distribution
- L'expérience française des conditions générales de vente catégorielles

1) Differenzierte Vergütungen

- Divergenz der Positionen der Wettbewerbsbehörden
- Notwendigkeit, den Netzspitzen die Möglichkeit zu geben, die von jedem Vertriebskanal geleisteten Dienste angemessen zu vergüten
- Französische Erfahrung mit den auf bestimmte Vertriebskategorien ausgerichteten Allgemeinen Geschäftsbedingungen

2) Le périmètre de l'interdiction d'interdire les ventes par internet

- Le périmètre actuel n'est-il pas trop large ?
- Les enseignements de l'arrêt Bang & Olufsen de la Cour d'appel de Paris

2) Geltungsbereich des Verbots, Internetverkäufe zu verbieten

- Ist der gegenwärtige Geltungsbereich nicht zu breit gefasst?
- Lehren aus dem Bang & Olufsen-Urteil des Berufungsgerichts Paris

3) Les places de marché

- Divergence de positions des autorités de concurrence
- Nécessité d'encadrer les ventes sur les places de marché

CONCLUSION

3) Marktplätze

- Divergenz der Positionen der Wettbewerbsbehörden
- Notwendigkeit der Regelung der Verkäufe auf den Marktplätzen

SCHLUSSFOLGERUNG