



The European Consumers' Organisation

COMMUNIQUE DE PRESSE
PRESS RELEASE

Contact: Astrid Salcedo - +32 2 789 24 01
Date: 19/04/2010
Référence: PR 004/2010

Distribution sélective en ligne: Le commerce en ligne et le choix des consommateurs risquent gros

La Commission européenne va décider, ce mardi 20 avril 2010, de la révision des règles qui régissent les accords de distribution sélective, et notamment les ventes en ligne. La révision de ces règles aura un impact majeur sur le développement du commerce en ligne dans l'UE et sera essentielle pour garantir que les consommateurs européens bénéficient d'un maximum de concurrence et d'innovation.

Cependant, certaines des nouvelles dispositions, si elles venaient à être adoptées, introduiraient des règles discriminatoires entre les commerces en ligne et les autres, et, auraient un impact très négatif sur les consommateurs. En particulier, les règles autorisant un fabricant à imposer à ses distributeurs d'avoir un « magasin de briques et de mortier » avant de pouvoir distribuer des produits en ligne ne sont pas justifiées et auraient un impact négatif sur le commerce en ligne transfrontière et la mise en place du marché unique numérique.

Monique Goyens, Directeur Général du BEUC, le Bureau Européen des Unions de Consommateurs, a déclaré:

« Nous sommes fermement opposés à l'introduction d'une clause «magasin de briques et de mortier». Exiger l'existence d'un magasin physique pour autoriser un distributeur à vendre en ligne aboutira à créer une discrimination à l'encontre de certaines chaînes de distribution et résultera à diminuer le choix pour les consommateurs. Ce sera aussi très certainement une entrave à l'innovation. En effet, empêcher les consommateurs d'acheter en ligne leur marque préférée de vêtements ou de produits cosmétiques auprès d'un commerce dont le modèle d'entreprise se concentre sur la vente en ligne, limiterait sérieusement leur choix et amènerait à des prix plus élevés et à des biens moins innovants. L'argument selon lequel les consommateurs ont toujours besoin du conseil et de l'assistance au sein d'un magasin n'est qu'une excuse pour limiter la concurrence. »

« Nous sommes également préoccupés par l'utilisation du canal de la distribution sélective pour les produits de la vie quotidienne. Il n'y a aucune raison objective qui justifie qu'ils soient soumis à de tels accords. Ces pratiques limitent la disponibilité de ces produits en ligne et empêchent la concurrence de se développer au détriment des consommateurs. »

« Les consommateurs devraient décider de la façon dont ils veulent acheter leurs produits, les fabricants et détaillants devraient répondre aux besoins des consommateurs plutôt que d'imposer les termes selon lesquels les consommateurs peuvent accéder à un produit. De plus, considérant que 61% des achats en ligne échouent, en raison, entre autres, du fait de restrictions déloyales imposées par les accords de distribution sélective, la Commission européenne devrait saisir l'opportunité de mettre à jour ces règles de façon à garantir que le commerce en ligne devienne l'un des moyens principaux de distribution du 21^e siècle. »

FIN

BEUC, Bureau Européen des Unions de Consommateurs
+32 2 789 24 01 - press@beuc.eu

Vous voulez en savoir plus sur le BEUC? Visitez www.beuc.eu

 [EC register for interest representatives: identification number 9505781573-45](#) 