

ASSEMBLÉE NATIONALE

20 novembre 2007

CONCURRENCE AU SERVICE DES CONSOMMATEURS - (n° 351)

Commission	
Gouvernement	

AMENDEMENT

N° 240

présenté par

Mme Billard, M. Yves Cochet, M. Mamère et M. de Rugy

ARTICLE ADDITIONNEL**AVANT L'ARTICLE PREMIER, insérer l'article suivant :**

La première phrase du dernier alinéa de l'article L. 420-2 du code de commerce est complétée par les mots :

« notamment par le biais d'accords d'exclusivité. ».

EXPOSÉ SOMMAIRE

En France comme dans l'Union européenne, des règles de concurrence préviennent les ententes et les abus de position dominante. Pourtant, la vente liée des ordinateurs et des logiciels persiste. En effet, les accords que l'éditeur monopolistique Microsoft passe avec les constructeurs de matériel informatique, pour que ceux-ci équipent à moindre coût les ordinateurs qu'ils produisent pour le marché grand public avec le système d'exploitation « Windows » de Microsoft, sont de réels abus de position dominante : l'entreprise impose aux constructeurs, pour pouvoir profiter de ces accords (qui se sont généralisés), d'équiper leur production exclusivement avec « Windows ». Ainsi, il est pratiquement impossible, dans les circuits de grande distribution qui alimentent l'essentiel du marché grand public, de se procurer un ordinateur neuf sans que « Windows » y soit préinstallé.

De telles pratiques ont des conséquences néfastes sur la consommation et la concurrence :

– Pour les consommateurs, cela se traduit par une vente forcée de logiciels, et des ordinateurs plus chers qu'ils ne devraient l'être : les revendeurs ne permettent pas d'acheter l'ordinateur seul et les constructeurs refusent bien souvent de rembourser la part correspondant aux logiciels lorsque le consommateur ne souhaite pas les utiliser. Par ailleurs, il n'y a pas d'information

sur les prix de ces logiciels et sur les licences associées, en raison de la non-transparence sur les accords conclus en amont ; or, contrairement à ce que peut croire le consommateur, « Windows » n'est pas gratuit. En outre, la licence des logiciels préinstallés impose des restrictions d'utilisation bien plus importantes que lorsque le logiciel est vendu séparément.

– Pour les concurrents de Microsoft, ce mécanisme de vente liée est une barrière infranchissable à l'entrée du marché. En imposant des accords d'exclusivité, l'éditeur de « Windows » se dote ainsi d'un avantage considérable sur ses concurrents ; il use de sa position d'acteur dominant monopolistique (« Windows » occupe 95% de parts du marché grand public, notamment grâce à ces accords avec les industriels) pour la conforter. L'état du marché parle de lui-même : alors que des concurrents de Microsoft éditent des systèmes d'exploitation complets pour le grand public, il leur est toujours impossible de pénétrer ce marché en raison de ces accords d'exclusivité.

Face à la réalité de ces pratiques qui échappent à nos instances de régulation, comme la DGCCRF, il apparaît nécessaire de clarifier les règles de la concurrence en précisant l'article L. 420-2 du code de commerce. Les accords imposant l'exclusivité à des partenaires commerciaux doivent être explicitement interdits, car ils sont nuisibles à la concurrence et causent par là même un préjudice au consommateur.