



ASSEMBLÉE NATIONALE

12ème législature

pratiques commerciales

Question écrite n° 84372

Texte de la question

M. Michel Zumkeller attire l'attention de M. le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie sur les offres promotionnelles concernant la vente d'ordinateurs et de logiciels. En effet, il est toujours impossible lors de l'achat d'ordinateurs de refuser les logiciels vendus avec ou de se les faire rembourser. Ainsi, les acheteurs de matériel informatique paient plusieurs fois des logiciels qu'ils possèdent déjà et contribuent à renforcer les situations de monopole. Il souhaite connaître les actions qu'il souhaite mettre en oeuvre pour corriger ces dysfonctionnements.

Texte de la réponse

L'article L. 122-1 du code de la consommation interdit de subordonner la vente d'un produit à l'achat d'une quantité imposée ou à l'achat concomitant d'un autre produit ou d'un autre service ainsi que de subordonner la prestation d'un service à celle d'un autre service ou à l'achat d'un produit. Il a néanmoins été considéré qu'une offre commerciale regroupant des produits distincts était licite dès lors que celle-ci venait s'ajouter à la faculté de se procurer les composants de l'offre, séparément, sur le même lieu de vente. En outre, des exceptions à la prohibition de la subordination de vente sont susceptibles d'être admises lorsque la pratique commerciale est de nature à présenter un avantage pour le consommateur. Le matériel et le logiciel étant des éléments distincts, les dispositions susvisées s'appliquent en matière de commercialisation de micro-ordinateurs et de logiciels. Or l'on constate qu'un secteur très important de la distribution se limite à proposer des ensembles complexes, renvoyant la clientèle intéressée par l'achat de l'un seulement de ces composants, et notamment le matériel, vers des revendeurs spécialisés. Pour appréhender cette pratique, ses différents aspects doivent être pris en compte. Il est apparu, notamment au cours de la phase de développement de l'utilisation de l'outil informatique par le grand public, que la mise à disposition des consommateurs d'un micro-ordinateur dont la prise en mains ne nécessitait qu'un minimum de manipulations, pouvait présenter pour celui-ci un réel intérêt. Aujourd'hui, une fraction croissante des consommateurs est de mieux en mieux informée sur tout ce qui concerne les technologies informatiques et souhaite pouvoir choisir les caractéristiques essentielles de son équipement, dont, notamment, le système d'exploitation. Ainsi le développement de l'offre de logiciels indépendants des grands éditeurs, dits « logiciels libres » suscite de plus en plus l'intérêt des consommateurs. On notera d'une part, que les produits présents sur le marché préservent la faculté des consommateurs de recourir aux logiciels libres, dont on constate qu'ils conquièrent de nouveaux utilisateurs, y compris parmi le grand public. D'autre part que, si elle est encore extrêmement limitée, une offre de micro-ordinateurs comportant un système d'exploitation alternatif pré-installé commence à trouver sa place, y compris parmi les références disponibles dans la grande distribution. Toutefois, pour le consommateur qui estime ne pas avoir l'usage des logiciels pré-installés sur la grande majorité des micro-ordinateurs disponibles sur le marché, cette pratique apparaît comme un facteur de renchérissement du coût du matériel qui seul l'intéresse. Ainsi, la pratique de la pré-installation privilégiée de certains logiciels peut avoir pour conséquence, non seulement de freiner le développement du marché potentiel du secteur du logiciel libre, mais aussi, dans une certaine mesure, l'appropriation des nouvelles technologies par certaines catégories de consommateurs. La Direction générale de la concurrence, de la consommation et de la

répression des fraudes (DGCCRF) s'est régulièrement attachée à rappeler, aux professionnels concernés, les évolutions manifestes de la demande. Il reste néanmoins que l'adaptation constructive de l'offre, à l'initiative des professionnels eux-mêmes, qui est acquise pour les professionnels, s'effectue beaucoup plus lentement en direction des consommateurs. En conséquence, la DGCCRF entend poursuivre son action dans le sens d'une meilleure adéquation des produits mis sur le marché aux besoins diversifiés des consommateurs.

Données clés

Auteur : [M. Michel Zumkeller](#)

Circonscription : Territoire-de-Belfort (2^e circonscription) - Union pour un Mouvement Populaire

Type de question : Question écrite

Numéro de la question : 84372

Rubrique : Consommation

Ministère interrogé : économie

Ministère attributaire : économie

Date(s) clé(s)

Question publiée le : 31 janvier 2006, page 842

Réponse publiée le : 9 mai 2006, page 4950