

# L'ETUDIANTE DU MAG

Pic BETZ, étudiante en LL.M Droit Européen au Collège d'Europe à Bruges



## Le géo-blocage : quels impacts sur la concurrence européenne et luxembourgeoise ?

Andrus Ansip « hait le géo-blocage »<sup>1</sup>. Selon le Vice-Président de la Commission européenne en charge de la création du marché unique numérique, il s'agirait d'un « instrument dépassé, injuste, et inadapté au XXI<sup>ème</sup> siècle ». Paradoxalement c'est sur internet, communément considéré comme un espace sans frontières, que subsistent des barrières que l'on ne connaît plus en Europe, hors-ligne, grâce au marché intérieur. Pour pallier cette incohérence, la Commission Juncker a pris l'initiative de la création du marché unique numérique. L'abolition du géo-blocage non justifié<sup>2</sup> figure parmi la stratégie<sup>3</sup> de l'institution exécutive pour atteindre cet objectif. Une consultation publique lancée par la Commission sur ce sujet est actuellement en cours<sup>4</sup>.

Le terme de « géo-blocage » désigne une technique utilisée pour restreindre l'accès à un contenu numérique, selon la localisation géographique de l'utilisateur, déterminée à l'aide de son adresse IP. En découlent deux ordres de conséquences pour les internautes. Premièrement, l'accès à des services payants tels que la consultation ou le téléchargement de biens culturels ou éducatifs est empêché. Deuxièmement, l'acquisition en ligne de produits par la voie de sites marchands d'e-commerce s'avère restreinte en fonction du lieu duquel le consommateur souhaite passer sa commande. Ces barrières soulèvent des interrogations quant à la protection des consommateurs, à la mise en balance avec les droits d'auteur et au droit de la concurrence. Le dernier aspect sera analysé dans le cadre de cet article.

Utilisé dans l'e-commerce, le géo-blocage crée des réseaux de distribution en bloquant l'accès à certains sites en fonction de la localisation de l'internaute ou en redirigeant l'utilisateur vers un site dédié au territoire sur lequel il se trouve. Cette segmentation du marché est susceptible d'avoir des répercussions sur les prix et les choix disponibles. Cette pratique peut résulter d'une décision unilatérale du commerçant, d'un accord entre concurrents ou encore de contrats verticaux fixant des restrictions géographiques de distribution. Si ces derniers établissent une exclusivité territoriale absolue interdisant les ventes passives on se trouve dans une situation anti-concurrentielle. Dans le

secteur de la distribution de services de télévision payante, un tel comportement a récemment été reproché par la Commission européenne à Sky UK<sup>5</sup>. Des clauses entre le télédiffuseur et six producteurs de film américains mettant en œuvre le géo-blocage ont été considérées, à titre préliminaire, comme violation de l'article 101 du TFUE.

Au Luxembourg, Pierre Rauchs, le Président du Conseil de la concurrence, tire l'attention sur le fait que les consommateurs nationaux sont particulièrement touchés par ces effets négatifs du géo-blocage qui limitent leur liberté de profiter de l'ensemble de l'offre européenne<sup>6</sup>. Se référant à des arguments similaires, l'Union Luxembourgeoise des Consommateurs parle même d'une « situation cocasse pour une Europe unie ! »<sup>7</sup>.

La question de l'application des règles du droit de la concurrence dans le secteur de l'e-commerce sera clarifiée au niveau européen dans les mois à venir, dans la mesure du possible selon l'objectif de promouvoir un marché unique numérique dans toutes ses richesses, que le consommateur soit « online » ou « offline ».

1 Conférence de presse du 25/03/2015.

2 Des politiques nationales telles que par exemple une législation restreignant l'accès aux jeux en ligne resteraient cependant susceptibles de justifier le recours au géo-blocage.

3 Stratégie pour un marché unique numérique en Europe, COM(2015) 192 final, Bruxelles, le 06/06/2015.

4 Consultation publique lancée le 24/09/2015 et qui sera clôturée le 28/12/2015. En ligne sur EUSurvey, <http://bit.ly/1k4fiit>.

5 Communication des griefs adressée par la Commission à Sky UK et six grands studios de cinéma américains le 23/07/2015.

6 Lors de son discours lors du Consumer and Competition Day organisé dans le cadre de la Présidence luxembourgeoise du Conseil de l'Union Européenne, à Luxembourg le 21/09/2015.

7 Dans son Communiqué de presse « PRESIDENCE LUXEMBOURGEOISE CONSUMER & COMPETITION DAY - Prise de position et revendications de l'ULC » en date du 15/09/2015.