

ACTUALITÉS - ACTUALITEIT

Des appareils intelligents au centre de plusieurs problèmes de concurrence – Le rapport de l'enquête sectorielle de la Commission européenne sur l'Internet des Objets destiné aux consommateurs

Christof Koolen*

I. Introduction

1. RAPPORT PRÉLIMINAIRE DE LA CE SUR L'IdO DESTINÉ AUX CONSOMMATEURS – Le 9 juin 2021, la Commission européenne (CE) a publié les premiers résultats de son enquête sectorielle sur l'Internet des Objets (IdO) destiné aux consommateurs¹. Au vu de la popularité croissante des appareils intelligents, l'objectif de l'enquête est de dresser le paysage concurrentiel et d'identifier les tendances technologiques sur le marché. Le rapport, qui comprend les contributions de plus de 200 parties prenantes actives dans le secteur de l'IdO, identifie plusieurs problèmes potentiels en matière de droit de la concurrence. Cette courte note aborde succinctement les déclarations les plus pertinentes du rapport.

II. Caractéristiques des biens et services de consommation liés à l'IdO

2. DIFFÉRENTS SEGMENTS DE MARCHÉ – La CE souligne qu'il existe différents segments au sein du marché de l'IdO destiné aux consommateurs. En conséquence, le rapport établit une distinction entre :

- (i) *Les biens de consommation liés à l'IdO* : c'est-à-dire des objets physiques tels que les appareils ménagers intelligents et les appareils portables. Les appareils de ce segment sont généralement capables de s'interconnecter avec d'autres

* Christof Koolen est chercheur à la Faculté de Droit (Consommateur, Concurrence et Marché) de la KU Leuven. Il prépare actuellement une thèse doctorale sur l'Internet des Objets, en se concentrant sur les implications des appareils intelligents pour les consommateurs européens. Pour toute correspondance : christof.koolen@kuleuven.be.

¹ Commission européenne, « Preliminary Report – Sector Inquiry into Consumer Internet of Things », 2021, SWD/2021/144, 1-123.

appareils, de capturer et d'échanger des données, et de faciliter un certain niveau d'interaction avec l'utilisateur.

- (ii) *Les services de consommation liés à l'IdO* : c'est-à-dire des services auxquels les consommateurs peuvent accéder via leurs appareils intelligents. En tant que tels, ils englobent des fonctionnalités complémentaires à l'objet physique intelligent. Les services de santé et de remise en forme, les applications de covoiturage ou les fonctionnalités des moteurs de recherche en sont des exemples typiques.
- (iii) *Les assistants vocaux* : c'est-à-dire des logiciels – généralement installés sur des objets physiques intelligents – capables de traiter des commandes vocales. En émettant une commande vocale, les utilisateurs peuvent dialoguer avec leur appareil intelligent ou activer les services associés.

3. UNE INTÉGRATION ESSENTIELLE ENTRE BIENS ET SERVICES DE CONSOMMATION LIÉS À L'IdO – Cette triple distinction indique que les écosystèmes IdO sont un phénomène complexe. Le bon fonctionnement d'un appareil intelligent exige non seulement que différents appareils puissent interagir les uns avec les autres, mais aussi que des services liés à l'IdO puissent être intégrés dans un seul objet intelligent. Dans ce contexte, les assistants vocaux susmentionnés font souvent office de « passerelles » entre le bien lié à l'IdO et le service lié à l'IdO.

III. La concurrence dans le secteur de l'IdO destiné aux consommateurs

4. UNE ATTENTION ACCRUE DE L'INDUSTRIE À L'IdO – Bien que l'IdO se trouve encore à un stade naissant, les tendances prospectives suggèrent une croissance et des investissements continus dans la technologie de la maison intelligente. Plus concrètement, de nombreux fabricants cherchent à étendre les fonctionnalités des appareils intelligents existants ou à compléter ces appareils par des services supplémentaires.

5. LA QUALITÉ ET LA RÉPUTATION DE MARQUE COMME PRINCIPAUX PARAMÈTRES CONCURRENTIELS – Il convient de noter que le prix n'est pas actuellement le facteur concurrentiel le plus dominant. À l'exception du segment des haut-parleurs intelligents, les entreprises mettent généralement l'accent sur la commercialisation de biens de qualité et sur l'établissement d'une solide réputation de marque plutôt que sur la concurrence au niveau des prix. Ces résultats coïncident avec le caractère évolutif du segment de l'IdO destiné aux consommateurs et avec la volonté concurrentielle des entreprises d'acquérir des parts de marché plus importantes/de réaliser des effets de réseau.

6. LA PLUS GRANDE BARRIÈRE À L'ENTRÉE SUR LE MARCHÉ : LE COÛT DES INVESTISSEMENTS TECHNOLOGIQUES – En même temps, les répondants indiquent que la concurrence est féroce et qu'il existe des barrières élevées à l'entrée sur le marché de l'IdO. Les entreprises interrogées mentionnent que la barrière à l'entrée la plus répandue est le coût des investissements technologiques. À cet égard, les répondants soulignent que les coûts associés à la création et à la maintenance d'une infrastructure *cloud* sont rédhibitoires. Par conséquent, la plupart des entreprises sont fortement dépendantes des fournisseurs de stockage et de puissance de calcul *cloud* établis, tels qu'Amazon AWS et Microsoft Azure.

7. LES ACTEURS PRINCIPAUX SUR LE MARCHÉ ET LEUR STRATÉGIE D'INTÉGRATION VERTICALE – En outre, la forte présence de Google, Amazon et Apple sur le marché de l'IdO exerce une forte pression sur les autres entreprises et complique souvent la création de biens et services liés à l'IdO pour les nouveaux entrants sur le marché. Il convient de noter que Google, Amazon et Apple se caractérisent par un niveau élevé d'intégration verticale : ces trois entreprises ont créé leur propre écosystème, dans lequel elles peuvent combiner les fonctionnalités de leur assistant vocal propriétaire² (c'est-à-dire Alexa d'Amazon, Google Assistant de Google et Siri d'Apple) avec des places de marché en ligne, des moteurs de recherche, des systèmes d'exploitation ou des magasins d'applications. Par conséquent, elles se trouvent dans une position privilégiée pour accélérer la croissance du nombre d'utilisateurs grâce aux effets de réseau. À l'inverse, les entreprises de plus petite taille sont enclines à s'appuyer sur des accords de partage des revenus pour étendre leur base d'utilisateurs (par exemple, en payant au fabricant d'appareils intelligents une petite somme pour chaque nouveau client acquis via l'appareil).

8. INTEROPÉRABILITÉ – L'interopérabilité concerne essentiellement la capacité d'un appareil intelligent à établir une connexion avec d'autres appareils intelligents ou des applications logicielles. Compte tenu de la nature hétérogène des écosystèmes IdO, l'interopérabilité constitue un principe fondamental pour le déploiement à grande échelle des solutions IdO. Dans la pratique, cependant, la réalisation de l'interconnectivité est plus facile à dire qu'à faire. Les exigences d'interopérabilité sont souvent déterminées par les principaux fournisseurs de plateformes technologiques. Alors que les responsables de la mise en œuvre des technologies sont fortement tributaires de la disponibilité des API (*Application Programming Interface* ; interface de

² Dans le secteur de l'informatique, la notion de « technologie propriétaire » réfère aux technologies qui ne sont pas librement accessibles mais qui restent légalement la propriété de l'organisation qui les a développées (*closed source* ; source fermée). Les tierces parties qui voudraient intégrer de la technologie propriétaire dans leurs appareils intelligents doivent d'abord conclure un contrat de licence avec le propriétaire afin d'obtenir l'accès à cette technologie.

programmation) ou des SDK (*Software Development Kit* ; trousse de développement logiciel) pour parvenir à l'interopérabilité, certaines entreprises adhèrent à des politiques de non-partage de leurs API et SDK, créant ainsi des goulets d'étranglement technologiques. Cette situation est problématique, étant donné que l'interopérabilité entre les assistants vocaux et les produits intelligents est généralement jugée essentielle par les consommateurs. Les différents processus d'intégration (par exemple, la certification des appareils, les différents protocoles de communication) compliquent encore les choses. Selon la CE, la capacité de certaines entreprises à s'appuyer sur une technologie propriétaire pour limiter l'intégration et les fonctionnalités des appareils et des applications de tiers pourrait poser des problèmes à l'avenir. À cet égard, le verrouillage du marché par des techniques d'autoréférence et des pratiques de vente liée est souvent mentionné.

9. NORMES IDO ET CONSOLIDATION DES NORMES – De nos jours, de nombreux organismes de normalisation, consortiums privés et alliances indépendantes contribuent au développement de la technologie IdO. Ces organismes définissent la ligne de conduite technologique dans des domaines essentiels tels que l'interopérabilité, la sécurité et la connectivité. Bien que la plupart des organismes adhèrent à une approche de licence libre de redevance ou imposent des obligations de licence FRAND (*Fair, Reasonable And Non-Discriminatory*) à leurs membres afin de faciliter l'accès au savoir-faire essentiel, les responsables de l'implémentation de la technologie sont encore souvent confrontés à des coûts de mise en œuvre élevés. Le caractère hautement hétérogène des environnements IdO suggère également qu'une consolidation des normes est nécessaire et préférable à la création de normes supplémentaires.

10. LES DONNÉES COMME FONDEMENT DE LA FONCTIONNALITÉ PRINCIPALE DES BIENS LIÉS À L'IDO – La collecte à grande échelle des données d'un appareil intelligent et leur communication ultérieure à un opérateur de plateforme sont nécessaires au bon fonctionnement de cet appareil intelligent. En outre, les données font partie intégrante des analyses commerciales et des expériences utilisateur personnalisées. Ce qui est particulièrement inquiétant du point de vue du droit de la concurrence, c'est le niveau élevé de concentration des données entre les mains de quelques acteurs du marché. Cela pourrait permettre à ces entreprises d'exploiter les avantages obtenus grâce aux données et aux analyses de données dans différents marchés. Bien qu'elle ne soit pas problématique en soi, la possibilité d'exploiter le pouvoir de marché sur des marchés adjacents comporte un risque de nuire au positionnement des autres entreprises, notamment celles qui n'ont pas accès aux données pertinentes.

IV. Conclusion et prochaines étapes

11. LE RAPPORT PRÉLIMINAIRE COMME POINT DE RÉFÉRENCE POUR LES FUTURS LITIGES ANTITRUST – Le rapport de l'enquête sectorielle de la CE sur l'IdO destiné aux consommateurs aborde un sujet d'actualité. Alors que de plus en plus d'appareils intelligents font leur apparition sur le marché, il était judicieux de faire le point sur la situation actuelle dans le secteur de l'IdO. Toutefois, les conclusions du rapport doivent être replacées dans leur contexte. L'enquête sectorielle n'est que cela : une enquête visant à brosser le portrait de l'IdO. Bien que le rapport mette en lumière plusieurs questions et thématiques intéressantes, aucune action supplémentaire n'est attendue de la part de la CE pour le moment. Cependant, il est fort probable que les conclusions du rapport serviront de point de référence pour de futures réglementations ainsi que dans le cadre de litiges antitrust. En lisant le rapport en conjonction avec la législation sur les marchés numériques (*Digital Markets Act*)³, il apparaît clairement que la Commission européenne s'est engagée à assurer un plus haut degré de concurrence sur le marché numérique européen.

12. PUBLICATION DU RAPPORT FINAL EN 2022 – Suite à la publication du rapport préliminaire le 9 juin 2021, la CE a annoncé le lancement d'une consultation publique afin de recueillir les commentaires des parties prenantes du secteur. Les conclusions définitives de l'enquête de la CE sur le secteur de l'IdO destiné aux consommateurs devraient être publiées en 2022.

³ Commission européenne, « Proposition de règlement du Parlement européen et du Conseil relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique », 2020, COM/2020/842.

Figure 1 – Résumé des déclarations les plus pertinentes
du rapport de la CE.

Antitrust : L'enquête sectorielle sur l'Internet des Objets destiné aux consommateurs

Résumé en une phrase : l'IdO destiné aux consommateurs suscite de nombreuses inquiétudes du point de vue du droit de la concurrence ; ces inquiétudes concernent principalement (i) l'interopérabilité, (ii) la standardisation, (iii) les données personnelles, (iv) les préinstallations et les paramètres par défaut, (v) les exigences d'exclusivité et les pratiques de vente liée.

- 

1. L'IdO destiné aux consommateurs est en progression constante
De nombreux fabricants cherchent à étendre les fonctionnalités des appareils intelligents existants ou à compléter ces appareils par des services supplémentaires.
- 

2. Il existe d'importants obstacles à l'entrée sur le marché de l'IdO
Les obstacles les plus courants sont (i) le coût des investissements technologiques, (ii) la pression (anti)concurrentielle de Google, Amazon et Apple, et (iii) les limites de l'interopérabilité.
- 

3. Amazon, Google et Apple sont les principaux acteurs
Les entreprises concurrentes indiquent que l'intégration aux écosystèmes d'Amazon, de Google et d'Apple constitue un élément crucial de leur stratégie commerciale.
- 

4. L'intégration verticale est une stratégie difficile mais très fructueuse
Être actif dans différents segments de marché (par exemple, les systèmes d'exploitation, les services cloud, les applications) est une stratégie courante pour obtenir d'immenses avantages concurrentiels.
- 

5. La concurrence par les prix est secondaire à la qualité et à la réputation
Les entreprises mettent généralement l'accent sur la mise sur le marché de produits de qualité et sur la construction d'une solide réputation de marque plutôt que sur la concurrence par les prix.
- 

6. Il n'existe pas d'approche globale pour réaliser l'interopérabilité
Les responsables de la mise en œuvre des technologies dépendent de la disponibilité des API ou des SDK pour assurer l'interopérabilité, mais certaines entreprises ne partagent pas ces ressources.
- 

7. Les normes définissent les perspectives de la technologie IdO
Plusieurs organismes de normalisation ont vu le jour à la suite des développements de l'IdO. Ces organismes déterminent les avancées en matière d'interopérabilité, de sécurité et de connectivité.
- 

8. La collecte des données est à la base de la fonctionnalité de l'IdO
La collecte des données n'est pas seulement nécessaire au bon fonctionnement des produits intelligents, elle facilite également l'analyse commerciale et permet des expériences utilisateur sur mesure.