



Nous vous souhaitons une très bonne et très heureuse année

2026

L'ACTUALITE DU DROIT ECONOMIQUE

N° 47 – janvier 2026

Cette lettre présente une sélection de la jurisprudence intervenue en droit économique en novembre et décembre 2025 (cette lettre est également disponible sur notre site avocats-h.com)

DROIT DE LA CONCURRENCE

Pratiques anticoncurrentielles

Une opération de concentration non contrôlable peut caractériser un abus de position dominante (Décision n° 25-D-06 du 6 novembre 2025 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la prise de rendez-vous médicaux en ligne et des solutions de téléconsultation médicale).

L'Autorité de la concurrence (ADLC) a sanctionné Doctolib pour avoir abusé de sa position dominante (articles 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union Européenne et L. 420-2 du code de commerce).

Pour parvenir à cette conclusion, l'ADLC devait d'abord définir le ou les **marchés pertinents**, puis constater l'existence d'une **position dominante** sur ce ou ces marchés, puis enfin caractériser les **abus** de position dominante commis.

L'ADLC a retenu un **marché des services de prise de rendez-vous médicaux en ligne et un marché des solutions technologiques dédiées permettant la réalisation de téléconsultation**. Elle a ensuite retenu que Doctolib était bien en position dominante sur ces marchés. Notamment, sa part de marché serait de l'ordre de **95/100 % en valeur en 2022 s'agissant de la prise de rendez-vous médicaux en ligne**.

S'agissant du **marché des solutions technologiques dédiées permettant la réalisation de téléconsultation**, sa part serait de l'ordre **40/45 % en valeur, de 55/60 % en nombre de clients et de 65/70 % en nombre de téléconsultations réalisées**.

L'ADLC a enfin retenu **deux pratiques distinctes constitutives d'un abus** de position dominante. Selon l'ADLC, le premier abus réside dans le fait que Doctolib a imposé aux professionnels de santé, jusqu'au 30 septembre 2023, de **recourir exclusivement à ses services par le biais de clauses d'exclusivité dans ses contrats d'abonnement**. De même, selon l'ADLC, Doctolib a imposé à ces mêmes professionnels de santé utilisant le service Doctolib Téléconsultation de **souscrire au service Doctolib Patient**.

Pour l'ADLC, ces pratiques s'inscrivent dans **une stratégie pour évincer les entreprises concurrentes**, ce qui réduisait la possibilité de recourir à d'autres prestataires au détriment des professionnels de santé et des patients. Au titre de cette pratique, Doctolib est condamnée à **une amende de 4.615.000 euros**.

Le second abus retenu par l'ADLC est plus original. En effet, il est constitué par l'**acquisition par Doctolib de son principal concurrent** car elle a été effectuée **afin de verrouiller le marché national des services de prise de rendez-vous médicaux en ligne**. L'acquisition a permis à Doctolib de détenir la majeure partie du marché grâce à l'élimination d'un concurrent.

L'ADLC fait ainsi application **pour la première fois** de la **jurisprudence Towercast** de la Cour de justice de l'Union Européenne (CJUE, 16 mars 2023, aff. C-449/21) qui permet aux autorités de concurrence de sanctionner sur le fondement de l'abus de position dominante une opération de concentration qui **n'était pas contrôlable**, faute d'atteindre les seuils de chiffres d'affaires retenus par les textes nationaux ou européens.

Aux termes de l'arrêt *Towercast*, la CJUE a jugé qu'*« Il appartient notamment à l'autorité saisie de vérifier que l'acquéreur qui est en position dominante sur un marché*



donné et qui a pris le contrôle d'une autre entreprise sur ce marché a, par ce comportement, entravé substantiellement la concurrence sur ledit marché ».

Cependant, selon la CJUE, « le seul constat du renforcement de la position d'une entreprise ne suffit pas pour retenir la qualification d'un abus, puisqu'il faut établir que le degré de domination ainsi atteint entraverait substantiellement la concurrence, c'est-à-dire ne laisserait subsister que des entreprises dépendantes, dans leur comportement, de l'entreprise dominante ».

Au titre de cette pratique, Doctolib est condamnée à une amende de **50.000 euros**. Ce montant mesuré est justifié par le fait que la jurisprudence *Towercast* est récente et ne pouvait pas être prise en compte au moment de l'acquisition du concurrent par Doctolib. En revanche, la décision ne remet pas en cause la concentration intervenue, faisant douter de l'efficacité de la décision quant à la protection de la concurrence sur le marché.

En effet, selon l'ADLC, « l'opération de concentration litigieuse se caractérise par un acte unique – la réalisation le 10 juillet 2018 de l'acquisition – accompli à une date déterminée, mais dont les effets anticoncurrentiels peuvent se maintenir durablement. Dès lors que ces effets persistent sans qu'il soit besoin d'une action supplémentaire de la part de l'entreprise en cause, une telle infraction doit, comme le soutient Doctolib, être qualifiée d'instantanée » (point 740).

Une entreprise en position dominante sur un marché qui entend prendre le contrôle d'un concurrent présent sur ce même marché devra vérifier la faisabilité de l'opération au regard de la jurisprudence *Towercast*.

Doctolib a indiqué exercer un recours contre cette décision devant la cour d'appel de Paris.

Un syndicat professionnel peut être sanctionné au titre de l'article L. 420-1 du code de commerce qui permet de sanctionner une entente anticoncurrentielle s'il sort de sa mission de défense des intérêts professionnels (Cour de cassation, com. 13 nov. 2025, n° 24-10.852).

Une association regroupant des professionnels de la communication publicitaire dans le secteur du numérique avait élaboré « une charte de l'emailing, destinée à garantir le respect de la réglementation relative à la protection des données à caractère personnel et à promouvoir à ce titre des bonnes pratiques ».

Une entreprise devenue membre de cette association et ayant adhéré à sa charte de l'emailing « soutenant faire l'objet de pratiques anticoncurrentielles de la part [de l'association] consistant à l'exclure de la liste des signataires de la charte et à appeler au boycott des bases de données qu'elle exploitait, a assigné [l'association] en annulation de la décision d'exclusion et cessation de ces pratiques ainsi qu'en réparation de son préjudice ».

La cour d'appel déboutait l'entreprise de ses demandes, notamment parce qu'un syndicat professionnel « n'exerce pas, par nature, d'activité économique hormis le cas où il offre lui-même des biens ou services sur un marché ».

En l'espèce, l'entreprise plaignante « ne [démontrait] pas que l'édition d'une charte professionnelle et sa mise en œuvre par [l'association] relèveraient d'une activité économique distincte de sa mission d'information et de conseil de ses membres ».

En conséquence, la cour d'appel jugeait que le syndicat professionnel n'exerçait « pas d'activité économique au sens de l'article L. 410-1 du code de commerce, de sorte qu'il [n'était] pas nécessaire d'examiner au fond l'existence des pratiques anticoncurrentielles [...] » dont se prévalait la plaignante.

L'arrêt est cassé au visa des articles L. 410-1 et L. 420-1 du code de commerce. En effet, la Cour de cassation relève qu'« Il résulte de ces textes que lorsqu'un organisme professionnel ou syndical, sortant de sa mission d'information, de conseil et de défense des intérêts professionnels que la loi lui confie ou dont ses adhérents l'investissent, intervient sur un marché au travers d'actes qui invitent ses membres à se comporter d'une manière déterminée sur celui-ci, les dispositions de l'article L. 420-1 du code de commerce lui sont applicables ».

La Cour de cassation reproche à la cour d'appel de ne pas avoir recherché « si, en invitant ses membres à ne pas travailler avec certaines des bases de données exploitées par la société Snake Interactive, le CPA ne leur avait pas demandé d'adopter un comportement déterminé sur le marché de l'emailing [...] ».

Ainsi, même si un organisme n'exerce pas une activité économique, il est susceptible de participer à une pratique anticoncurrentielle d'entente.

L'obligation par le franchisé de respecter la politique de prix bas du franchiseur ne caractérise pas une pratique visant à imposer un prix de vente fixe ou minimal (Cour d'appel de Paris, 16 déc. 2025, n° 24/02558).

Le droit de la concurrence interdit à un vendeur d'imposer un prix minimum ou fixe à ses revendeurs. Ce dernier doit en effet rester maître de sa politique de prix. Cette interdiction est également sanctionnée pénalement.

En effet, l'article L 442-6 du code de commerce dispose qu'« Est puni d'une amende de 15 000 € le fait par toute personne d'imposer, directement ou indirectement, un caractère minimal au prix de revente d'un produit ou d'un bien, au prix d'une prestation de service ou à une marge commerciale ». Le vendeur peut néanmoins en principe imposer un prix maximal ou conseiller un prix.

En tout état de cause, selon la cour d'appel de Paris, le fait d'évoquer dans un contrat d'enseigne de la grande distribution « l'obligation par le franchisé de respecter la politique de prix bas d'une part, et celle du prix public maximum d'autre part » ne caractérise pas une pratique visant à imposer un prix de vente fixe ou minimal.

La cour d'appel ajoute que « Lorsqu'il participe aux opérations promotionnelles, il n'est pas indiqué dans le contrat d'enseigne que le franchisé est tenu de respecter le prix mentionné sur le prospectus publicitaire, qui doit ainsi s'analyser en un prix maximum conseillé ».

Il n'en reste pas moins qu'il est conseillé d'éviter de mentionner dans des contrats de distribution que le distributeur doit respecter la politique de prix du fournisseur car, dans certaines circonstances, ce type de clauses pourrait à tout le moins être un indice de l'imposition d'un prix par le vendeur à l'acheteur.

En cas de pluralité d'interprétations, le risque existe toujours que soit retenue celle qui permet de caractériser une infraction.

Pratiques restrictives

Éléments à prendre en compte pour calculer la durée de la relation commerciale établie au sens de l'article L. 442-6, I, 5° (ancien) du code de commerce (Cour d'appel de Paris, 26 novembre 2025, n° 23/07203).

Selon l'article L. 442-6, I, 5° (ancien) du code de commerce (devenu l'article L. 442-1, II), la partie qui veut mettre fin à une relation commerciale établie doit accorder à l'autre partie **un préavis tenant compte de la durée de la relation**.

Pour calculer la durée de la relation et donc celle du préavis, il convient de prendre en compte la durée de l'ensemble de la relation entre les parties et en particulier de tenir compte de l'ensemble des contrats successifs qui ont été conclus par les parties. Il convient également de vérifier s'il ne faudrait pas tenir compte **de la relation qui a pu être nouée avec une entreprise qui n'est pourtant plus partie à la relation au moment où celle-ci est rompue**. Tel peut être le cas d'une relation qui a débuté avec une entreprise et qui s'est poursuivie avec une autre.

La cour d'appel de Paris rappelle cependant que pour tenir compte d'une relation antérieure avec une autre entreprise, il faut s'interroger **sur la commune intention des parties**.

Ainsi, « *la seule circonstance qu'un tiers, ayant repris l'activité ou une partie de l'activité d'une personne, continue une relation commerciale que celle-ci entretenait précédemment ne suffit pas à établir que c'est la même relation commerciale qui s'est poursuivie avec le partenaire concerné, si ne s'y ajoutent pas des éléments démontrant que telle était la commune intention des parties (Com., 10 février 2021, n° 19-15.369). Cette volonté peut s'inférer du préambule du contrat conclu entre les parties lorsqu'il fait expressément référence à cette relation antérieure (Com., 25 septembre 2012, n° 11-24.301) ou encore de ce que le contrat signé avec une société faisant partie du groupe de partenaire initial stipule qu'il annule et remplace les contrats précédemment signés (Com., 4 décembre 2019, n° 18-13.768) ».*

S'agissant du cas soumis à l'examen de la cour d'appel de Paris, le contrat signé par une partie en 1999 avec une entreprise **ne faisait pas de référence** à celui conclu en 1991 par cette même partie avec une autre entreprise. En outre, le contrat de 1999 stipulait que « *Toute convention éventuelle antérieure entre les parties est de plein droit résiliée et ne pourra se poursuivre en aucune de ses dispositions. L'une et l'autre des parties renoncent à se prévaloir d'une telle convention ou à réclamer à quelque titre que ce soit relativement à une telle convention* ».

En l'espèce, la cour d'appel de Paris n'a donc pas tenu compte du contrat conclu en 1991 pour calculer la durée du préavis.

Concurrence déloyale

Examen de la validité de la preuve du préjudice en matière de concurrence déloyale lorsque cette preuve résulte d'un rapport d'expertise judiciaire ou privé [Cour de cassation, com. 13 nov. 2025, n° 23-14.682 (1^{ère} espèce); Cour d'appel de Paris, 17 déc. 2025, n° 23/17759 (2^{ème} espèce)].

Deux décisions ont eu à examiner la validité de la preuve **du préjudice en matière de concurrence déloyale** lorsque cette preuve résulte **d'un rapport d'expertise judiciaire ou privé**.

Dans **une première espèce**, la Cour de cassation a cassé un arrêt d'appel qui avait fixé le préjudice d'un syndicat professionnel

poursuivant des entreprises qui avaient fait usage de manière illicite de la qualité d'artisan en **se fondant exclusivement sur un rapport d'expertise réalisé à la demande de ce syndicat**.

En effet, selon la Cour de cassation, « *le juge ne peut se fonder exclusivement sur une expertise non judiciaire réalisée à la demande de l'une des parties* ». La cour d'appel aurait dû relever l'existence **d'autres éléments de preuve corroborant [...] »** l'évaluation du préjudice proposée par l'expert du syndicat.

Dans **une deuxième espèce**, la cour d'appel de Paris a jugé que **la nullité d'un rapport d'expertise** devait être prononcée en raison du manque d'impartialité de l'expert. Notamment, celui-ci avait eu **un contact avec l'une des parties** sans en informer l'autre partie. En outre, aux termes d'un courrier adressé au juge chargé du contrôle des expertises, l'expert **prenait parti** pour l'une des parties. Pour la cour d'appel de Paris, « *Ce comportement traduit un manquement de l'expert [...] à son devoir d'objectivité et d'impartialité ainsi qu'au principe de la contradiction* ». Le rapport d'expertise annulé étant l'unique élément de preuve produit par la partie demandant une indemnisation, elle est déboutée de ses demandes.

L'usage du mot « catholique » dans le nom commercial d'une entreprise de pompes funèbres ne constitue pas, avec l'évidence requise en référé, un trouble manifestement illicite (Cour de cassation, com. 13 nov. 2025, n° 23-22.932).

Une entreprise de pompes funèbres reprochait à l'un de ses concurrents « *des actes de concurrence déloyale par l'usage du mot 'catholique' dans son nom commercial en violation du principe de neutralité du service public de pompes funèbres [...] »*. Elle l'assignait **en référé** pour qu'il lui soit fait interdiction de faire usage du mot « catholique » dans son nom commercial.

La cour d'appel rejette sa demande. La Cour de cassation, saisie, **rejette le pourvoi**. Elle rappelle d'abord que « *les principes de laïcité et de neutralité du service public qui résultent de l'article 1^{er} de la Constitution du 4 octobre 1958 sont applicables à l'ensemble des services publics, y compris lorsque ceux-ci sont assurés par des organismes de droit privé* ».

Cependant, elle ajoute qu'« *il résulte de l'article 1^{er}, I, de la loi n° 2021-1109 du 24 août 2021 [...], qu'est tenu d'assurer l'égalité des usagers devant le service public et de veiller au respect des principes de laïcité et de neutralité du service public, l'organisme de droit public ou de droit privé auquel la loi ou le règlement confie directement l'exécution de ce service public* ».

Or, en l'espèce, la Cour de cassation relève que l'entreprise qui fait usage du mot « catholique » « *exploite un service extérieur de pompes funèbres non pas directement, mais en vertu d'une habilitation préfectorale, sans bénéficier d'une délégation de la commune [...]* », la Cour de cassation rejette à ce titre le pourvoi car « *l'assujettissement de cette société aux principes de laïcité et de neutralité du service public n'étant pas certain, l'usage du mot 'catholique' dans son nom commercial ne constituait pas, avec l'évidence requise en référé, un trouble manifestement illicite* ».

Il convient de rappeler qu'il s'agit **d'une décision de référé**. Or, en cette matière, le juge des référés doit apprécier le caractère **manifestement illicite** du trouble causé. Si la société plaignante soumettait le litige aux juges du fond, leur décision **pourrait**

être différente car ils ne sont pas liés par la décision rendue en référé.

DROIT DE LA DISTRIBUTION

De la distinction d'un contrat d'agence commerciale de celui de vendeur à domicile indépendant et des conséquences qui en découlent (Cour de cassation, com. 3 déc. 2025, n° 24-16.962).

En 1999, une entreprise **spécialisée dans la vente à domicile** en réunion de matériels et accessoires de cuisine avait conclu avec Madame X **un contrat d'agent commercial/prestataire de service**, lui confiant **une activité de représentation vente** et une activité d'animation des ventes et comportant une clause dite d'exclusivité.

L'entreprise **mettait fin** au contrat avec Madame X car elle lui reprochait d'avoir commencé **une activité avec une entreprise concurrente**. De son côté, Madame X reprochait à son cocontractant de ne pas lui avoir versé une partie de ses commissions. Elle poursuivait son cocontractant en justice pour obtenir le paiement de ses commissions **et des indemnités de rupture et de préavis**.

La cour d'appel qualifie le contrat **d'agence commerciale** au sens de l'article L 134-1 du code de commerce. Cet article dispose notamment que « *L'agent commercial est un mandataire qui, à titre de profession indépendante, sans être lié par un contrat de louage de services, est chargé, de façon permanente, de négocier et, éventuellement, de conclure des contrats de vente, d'achat, de location ou de prestation de services, au nom et pour le compte de producteurs, d'industriels, de commerçants ou d'autres agents commerciaux* ».

Selon la cour d'appel, le contrat en cause **répondait bien aux conditions posées par cet article** (indépendance et pouvoir de négociation).

La Cour de cassation **casse l'arrêt** car la cour d'appel n'a pas répondu aux conclusions du cocontractant de Madame X qui faisait valoir que Madame X n'exerçait pas une activité d'agent commercial au sens des article L. 134-1 du code de commerce mais « **une activité de vendeur à domicile indépendant, régie aux articles L. 135-1 à L. 135-3 du code de commerce, de sorte qu'en vertu de l'alinéa 2 de l'article L. 134-1 du même code, elle ne relevait pas des dispositions dudit code relatives aux agents commerciaux** ».

L'article **L. 135-1 du code de commerce** dispose que « *Le vendeur à domicile indépendant est celui qui effectue la vente de produits ou de services dans les conditions prévues par la section 3 du chapitre Ier du titre II du livre Ier du code de la consommation, à l'exclusion du démarchage par téléphone ou par tout moyen technique assimilable, dans le cadre d'une convention écrite de mandataire, de commissionnaire, de revendeur ou de courtier, le liant à l'entreprise qui lui confie la vente de ses produits ou services* ».

La qualification du contrat est importante. En effet, un vendeur à domicile au sens de l'article L. 135-1 **ne peut pas être un agent commercial**. En effet, comme le relève la Cour de cassation, l'article L. 134-1 al. 2 du code de commerce dispose que « *Ne relèvent pas des dispositions [relatives aux agents commerciaux] les agents dont la mission de représentation s'exerce dans le cadre d'activités économiques qui font l'objet, en ce qui concerne cette mission, de dispositions législatives particulières* ». Or, l'activité de vendeur à domicile indépendant relève de dispositions législatives particulières.

Il s'ensuit que si Madame X exerçait une activité de vendeur à domicile indépendant, **elle ne pouvait pas bénéficier de l'indemnité de fin de contrat qu'elle revendique, prévue pour les seuls agents commerciaux par l'article L. 134-12 du code de commerce**.

Outre un défaut de réponse à conclusions, la Cour de cassation reproche aussi à la Cour d'appel **de ne s'être fondée que « sur les termes du contrat et de son avenant, sans rechercher concrètement, comme il lui incombait, quelle était la nature réelle de l'activité de Mme [X] relevant de sa mission de 'représentation vente' »**.

Il importe donc peu que le contrat ait été qualifié par les parties de « contrat d'agent commercial ». Ce qui est important est la **réalité** de l'activité exercée par Madame X. La cour d'appel auquel la procédure **est renvoyée par la Cour de cassation pour être réexaminée** devra donc qualifier le contrat, la distinction entre ces catégories de contrat n'étant pas nécessairement aisée.

DROIT DE LA CONSOMMATION

La mention « déstockage massif » ne constitue pas une pratique trompeuse lorsqu'elle est bien réelle, même lorsqu'elle intervient après une période de soldes (Cour d'appel de Paris, 19 nov. 2025, n° 24/07129).

Une entreprise active dans la fabrication et la distribution **d'articles de sport contestait l'usage par l'un de ses concurrents des termes « déstockage massif »** à propos de la vente d'un vélo, sur le fondement de l'article L. 121-4, 23° du code de la consommation.

En effet, selon la société plaignante, l'usage de la mention « Déstockage massif » sur ce produit à compter du 10 février 2022, après la période des soldes, et **le maintien d'une réduction de prix identique de 50%**, donnait « *l'impression aux consommateurs qu'ils continuaient à bénéficier des soldes alors que leur période officielle venait de s'achever.* »

Or, selon l'article L. 121-4, 23° du même code, « *Sont réputées trompeuses, au sens des articles L. 121-2 et L. 121-3, les pratiques commerciales qui ont pour objet [...] dans une publicité, de donner l'impression, par des opérations de promotion coordonnées à l'échelle nationale, que le consommateur bénéficie d'une réduction de prix comparable à celle des soldes, tels que définis à l'article L. 310-3 du code de commerce, en dehors de leur période légale mentionnée au même article L. 310-3* ».

La cour d'appel **déboute** la plaignante de sa demande. En effet, selon la Cour, « *Il n'est pas contesté qu'en dehors de la période des soldes les opérations promotionnelles ne sont pas réglementées et que le terme « déstockage massif » n'est pas en soi illicite, seul le caractère fictif d'une publicité donnant l'impression au consommateur qu'il bénéficie d'une réduction comparable à celle des soldes, alors que tel n'est pas le cas, étant réputée trompeuse au sens de l'article susvisé* ».

Or, selon la Cour, « *En l'espèce, il est établi que la réduction de prix de 50% par rapport au prix de référence de 999,99 euros, appliquée par la société [...], dans le cadre de l'opération « déstockage massif », du 10 au 20 février 2022, c'est-à-dire une durée suffisamment longue pour ne pas créer artificiellement un sentiment d'urgence chez le consommateur, est bien réelle, et que cette pratique n'est donc pas trompeuse au sens de la disposition susvisée* ».