

Le Collège de la concurrence de l’Autorité belge de la concurrence

**Décision n° ABC-2026-RPR-11 du 30 avril 2026 en application de
l’article IV.73 Code de Droit Économique**

**Affaire n° CONC.RPR.26-0013
Demande de mesures provisoires**

Version Publique

I. Introduction	6
II. Parties concernées	6
II.1 La Requérante	6
II.2 La Défenderesse	6
III. Procédure	7
IV. Contexte factuel	7
IV.1 Le secteur de la vente de véhicules d'occasion	7
IV.1.1 Généralités	7
IV.1.2 Vendeurs et acheteurs de véhicules d'occasion	8
IV.2 Les plateformes en ligne permettant de publier des annonces pour des véhicules d'occasion	9
IV.2.1 Les plateformes ouvertes spécialisées dans les annonces de véhicules	10
IV.2.1.a AutoScout24	10
IV.2.1.b GOCAR	10
IV.2.1.c Vroom	10
IV.2.1.d Touring CarSelect	10
IV.2.2 Les plateformes de ventes directes	11
IV.2.3 Les sites dédiés à l'automobile et hébergeant des annonces	11
IV.2.3.a AutoGids	11
IV.2.3.b AutoTrends	11
IV.2.4 Les plateformes généralistes	11
IV.2.4.a 2ememain	12
IV.2.4.b Les places de marché liées à un réseau social	12
IV.2.5 Les modes de rémunération	12
IV.3 La publication en ligne d'annonces pour des véhicules d'occasion sur les plateformes spécialisées	13
IV.3.1 Les données nécessaires	13
IV.3.2 L'aide à l'encodage proposée par TCS et AutoScout24	14
IV.3.3 Outils, logiciels et intermédiaires aidant au transfert et mise à jour des données	15
IV.3.3.a Les outils techniques : API et FTP	15
IV.3.3.b Les logiciels VMS	15
IV.3.3.c Les intermédiaires techniques	16
IV.4 Les pratiques alléguées	16

IV.4.1 La politique d'AutoScout24 en matière d'importation et d'exportation des données	16
IV.4.2 La limitation de la portabilité entrante vers AutoScout24 pour certains revendeurs indépendants	18
IV.4.3 La limitation de la portabilité sortante à partir AutoScout24	20
IV.4.3.a L'absence d'export automatisé et généralisé des données	20
IV.4.3.b Le refus de portabilité sortante opposé à TCS	20
IV.4.4 Position de la Défenderesse	21
V. Appréciation du Collège.....	23
V.1 Recevabilité.....	23
V.2 Au fond	24
V.2.1 Cadre d'analyse applicable aux plateformes d'intermédiation.....	24
Effets de réseau indirects.....	24
Importance du trafic	26
V.2.2 Infraction prima facie à l'article 102 TFUE et IV.2 CDE.....	26
V.2.2.a Entreprise.....	26
V.2.2.b Marchés pertinents	26
i) Position des parties.....	26
Marché de produit	26
Marché géographique.....	27
ii) Appréciation du Collège.....	28
Marché de produit	28
Marché géographique.....	32
iii) Conclusion sur la définition de marché.....	32
V.2.2.c Position dominante.....	33
i) Position de la Requérante.....	33
Parts de marché	33
Barrières à l'entrée et à l'expansion	34
Absence de contre-pouvoir des acheteurs	35
ii) Position de la Défenderesse.....	35
iii) Appréciation du Collège.....	36
Parts de marché	36
Barrières à l'entrée	41

Puissance d'achat compensatrice	42
iv) Conclusion sur la position dominante.....	42
V.2.2.d Abus de position dominante	43
i) Principes.....	43
ii) Position des parties.....	44
iii) Appréciation du Collège.....	47
iv) Conclusion sur l'existence d'un abus prima facie.	54
V.2.2.e Justifications objectives	54
i) Position des parties.....	54
ii) Appréciation du Collège.....	56
iii) Conclusion sur l'existence de justification objective prima facie	58
V.2.2.f Affectation sensible de la concurrence sur le marché belge et du commerce entre les Etats membres	58
V.2.2.g Conclusions sur l'existence d'une infraction prima facie	59
V.2.3 Préjudice	59
V.2.3.a Préjudice à éviter	59
i) Position des parties.....	60
ii) Appréciation du Collège.....	61
V.2.3.b Préjudice grave	62
i) Position des parties.....	62
ii) Appréciation du Collège.....	64
V.2.3.c Préjudice imminent.....	65
i) Position des parties.....	65
ii) Appréciation du Collège.....	66
V.2.3.d Préjudice difficilement réparable	66
i) Position des parties.....	67
ii) Appréciation du Collège.....	67
V.2.3.e Lien causal entre l'infraction et le préjudice	68
i) Position des parties.....	68
ii) Appréciation du Collège.....	68
V.2.4 Atteinte à l'intérêt économique général	68
i) Position des parties.....	69

ii) Appréciation du Collège.....	70
V.2.5 Mesures demandées.....	71
V.2.5.a Description des mesures demandées.....	71
V.2.5.b Urgence.....	72
V.2.5.c Mesures efficaces et proportionnées	72
i) Position des parties.....	73
ii) Appréciation du Collège.....	73
V.2.5.d Durée des mesures provisoires	76
V.2.5.e Procédure de mise en œuvre et adaptations des mesures provisoires	76
V.2.6 Balance des intérêts.....	76
V.2.6.a Position des parties.....	76
V.2.6.b Appréciation du Collège	78

I. Introduction

1. La présente décision porte sur une requête de mesures provisoires introduite par la société TCS Mobility à l'encontre d'AutoScout24 Belgium concernant différentes pratiques mises en œuvre par cette dernière visant à limiter, voire empêcher, le développement du trafic de données entrant et sortant du site d'AutoScout24 et, ce faisant, à restreindre ou à limiter l'accès au marché des services de publication d'annonces pour des véhicules d'occasion sur des plateformes en ligne, en violation des articles IV.2 du Code de droit économique (ci-après, « CDE ») et 102 du Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (ci-après, « TFUE »).

2. Ces pratiques concernent, d'une part, les limitations quant à la portabilité des données encodées par certains revendeurs professionnels et, d'autre part, des pratiques discriminatoires à l'égard de TCS Mobility ainsi qu'à l'égard de certains revendeurs indépendants.

II. Parties concernées

II.1 La Requérante

3. La requête de mesures provisoires a été introduite par Maîtres de Bandt, Binet et Nuytten du cabinet De Bandt au nom et pour le compte de, TCS Mobility, (ci-après, « la Requérante » ou « TCS », société anonyme, dont le siège est établi à Boulevard du Roi Albert II 4 boîte 12, 1000 Bruxelles, inscrite à la Banque-Carrefour des entreprises (ci-après, « BCE ») sous le numéro 1003.765.106. TCS est une entreprise commune dont les sociétés-mères sont les sociétés anonymes AG Insurance et BNP Paribas Fortis.

4. Depuis avril 2024, TCS exploite la plateforme carselect.touring.be, un portail en ligne spécialisé dans la publication d'annonces de vente de véhicules automobiles par des vendeurs professionnels. Carselect.touring.be est une plateforme d'intermédiation entre les vendeurs professionnels de véhicules, d'une part, et les candidats acheteurs, d'autre part.

II.2 La Défenderesse

5. L'entreprise faisant l'objet de la demande de mesures provisoires est AutoScout24 Belgium SA (ci-après, « la Défenderesse » ou « AutoScout24 »), société anonyme dont le siège social est établi à 55G, Boulevard International, 1070 Bruxelles, inscrite à la BCE sous le numéro 0465.301.773. AutoScout24 est une filiale de la société de droit allemand AutoScout24 GmbH, elle-même contrôlée depuis 2020 par le fonds d'investissement Hellman & Friedman LLC¹.

6. AutoScout24 exploite depuis 1999 la plateforme AutoScout24.be, un service d'intermédiation spécialisé dans la publication d'annonces de vente de véhicules automobiles entre les vendeurs de véhicules, d'une part, et les candidats acheteurs, d'autre part. Ce service est offert via un portail en ligne et une application mobile.

¹ Hellman & Friedmann, Portfolio, disponible ici : <https://hf.com/hf-to-acquire-autoscout24/>, consulté le 28-04-2026.

III. Procédure

7. Le 5 mars 2026, l'auditeur général de l'Autorité belge de la concurrence (ci-après, « l'Autorité ») a reçu, conformément à l'article IV.43 CDE, une plainte de TCS à l'encontre AutoScout24 concernant différentes pratiques de cette dernière visant à limiter, voire empêcher, le développement du trafic sur la plateforme concurrente de la Requérante.

8. Le 11 mars 2026, après avoir reçu l'avis du directeur des affaires économiques, l'auditeur général a ouvert une instruction, conformément aux articles IV.26, §3, 3° et IV.39, 2° CDE. L'affaire est enregistrée sous le numéro CONC.RPR.26-0011.

9. Le 16 mars 2026, la Requérante a déposé auprès du Président de l'Autorité, conformément à l'article IV.72, §1, CDE, une requête motivée de mesures provisoires, laquelle fait l'objet de la présente décision et est enregistrée sous le numéro CONC.RPR.26-0013 (ci-après, la « Requête »).

10. Le 18 mars 2026, le président a constitué le Collège de la concurrence (ci-après, le « Collège »).

11. Le 19 mars 2026, la Requérante, la Défenderesse et l'auditeur général ont été invités à une audience fixée au 3 avril 2026.

12. Le 25 mars 2026, l'Auditorat a déposé ses observations (ci-après les « Observations Auditorat »), conformément à l'article IV.72, §4, CDE.

13. Par une lettre en date du 25 mars, la Requérante a apporté des rectifications formelles à la Requête.

14. Le 31 mars 2026, la Défenderesse a déposé ses observations sur la Demande de mesures provisoires, conformément à l'article IV.72, §4 CDE.

15. Le 3 avril 2026, la Requérante et la Défenderesse ont été entendues en audience par le Collège de la concurrence, en présence de l'Auditorat, du directeur des affaires économiques et du directeur des affaires juridiques.

IV. Contexte factuel

IV.1 Le secteur de la vente de véhicules d'occasion

IV.1.1 Généralités

16. La notion de véhicule automobile est une notion large recouvrant de nombreux types de véhicules².

17. Les voitures représentaient 76 % du parc automobile belge en 2024 et 2025³, et respectivement 79 % et 80 % des nouvelles immatriculations en 2024 et 2025⁴.

² A titre d'exemple, les statistiques publiées par la FEBIAC incluent les voitures, les véhicules utilitaires légers ($\leq 3,5$ t), les motos, les tricycles et quadricycles motorisés, les tracteurs agricoles, les véhicules utilitaires lourds ($> 3,5$ t), les véhicules de camping, les tracteurs routiers, le matériel de génie civil, le matériel agricole, les autobus & autocars, les véhicules spéciaux, les minibus, et les cyclomoteurs.

³ STATBEL, parc de véhicules, <https://statbel.fgov.be/fr/themes/mobilite/circulation/parc-de-vehicules>, consulté le 28-04-2026.

⁴ STATBEL, immatriculation de véhicules, https://statbel.fgov.be/sites/default/files/files/documents/mobiliteit/1.1%20Verkeer/1.1.3%20Inschrijving%20motorvoertuigen/inschr_voertuigen_2025_fr.xlsx, consulté le 28-04-2026.

18. Dans la Requête, TCS limite la notion de véhicules d'occasion aux voitures, à l'exclusion des véhicules utilitaires, camions et camionnettes⁵.

19. La notion de véhicule d'occasion se distingue de celle de véhicule neuf.

20. Un véhicule d'occasion est généralement défini comme un véhicule ayant déjà été immatriculé⁶.

21. En Belgique en 2024 et 2025, plus de 60% des nouvelles immatriculations concernaient des voitures d'occasion⁷.

IV.1.2 Vendeurs et acheteurs de véhicules d'occasion

22. Les véhicules d'occasion peuvent être vendus entre particuliers (« vente C2C »), par un professionnel à un particulier (« vente B2C »), par un particulier à un professionnel (« vente C2B ») ou entre professionnels (« vente B2B »).

23. Les différents types de ventes possèdent des caractéristiques distinctes et répondent à des exigences légales particulières. La vente B2C de véhicules d'occasion notamment est soumise à plusieurs obligations légales spécifiques : information précontractuelle⁸, fourniture à l'acheteur d'un document reprenant l'historique kilométrique du véhicule vendu (« document Car-Pass »)⁹ et garantie légale d'un an minimum¹⁰.

24. En matière de véhicules d'occasion, plus de 90 % des nouvelles immatriculations en 2025 ont été effectuées par des personnes privées¹¹.

25. D'après une étude réalisée pour Car-Pass, les deux tiers des achats de voiture d'occasion sont faits auprès d'un professionnel¹².

26. Depuis une quinzaine d'années, le secteur de la vente de véhicules d'occasion se professionnalise¹³.

27. Parmi les vendeurs professionnels, on distingue généralement les acteurs intégrés dans le circuit de distribution officiel d'un constructeur automobile (« concessionnaires de marque ») et les acteurs indépendants.

⁵ Requête, note de bas de page n°1.

⁶ Requête, §7. Voir aussi Article 4, §1, de la loi du 11 juin 2004 relative à l'information à fournir lors de la vente de véhicules d'occasion telle que modifiée, *M.B.*, 5 juillet 2024, (ci-après « Loi CarPass ») et l'arrêté royal du 5 avril 2019 relatif aux contrats de vente de véhicules automoteurs, *M.B.*, 8 mai 2019.

⁷ STATBEL, immatriculation de véhicules, <https://statbel.fgov.be/fr/themes/mobilite/circulation/immatriculations-de-vehicules#panel-12>, consulté le 28-4-2026 et Traxio, « Analyse du marché et du parc automobile belge en 2025 », communiqué de presse, Bruxelles, 15 janvier 2026, <https://www.traxio.be/fr/articles/analyse-du-marche-et-du-parc-automobile-belge-en-2025>, consulté le 17-03-2026.

⁸ Livre VI, titre 2, CDE.

⁹ Loi du 11 juin 2004 relative à l'information à fournir lors de la vente de véhicules d'occasion telle que modifiée, *M.B.*, 5 juillet 2024.

¹⁰ Article VI.47, §1er, alinéa 4, CDE. Dans le cas d'un bien neuf, cette garantie est de deux ans minimum.

¹¹ Traxio, Immatriculations automobiles 2025, 5 janvier 2026, <https://www.traxio.be/fr/articles/immatriculations-automobiles-2025-poursuite-de-la-hausse-des-vehicules-d-occasion-0-9-qui-representent-desormais-63-9-du-marche-total>, consulté le 28-04-2026.

¹² Intotheminds pour Car-Pass, Enquête consommateurs sur le marché de l'occasion, 24 janvier 2025, disponible ici : <https://www.car-pass.be/fr/blog/car-pass-consumenten-enquete-over-de-tweedehandsmarkt>, consulté le 28-04-2026.

¹³ Marché belge des plateformes en ligne : Evaluation de la concurrence et du cadre réglementaire, Étude réalisée pour le SPF Economie par Idea Consult (Eduardo Salvador et Dr. Olivier Brolis) en collaboration avec Dr. Christian Huveneers, Dr. Pr. Alexandre de Streeel et Florian Jacques, 16 avril 2024, disponible ici : <https://economie.fgov.be/fr/publications/marche-belge-des-plateformes> (ci-après, le « Rapport SPF plateformes »), p. 71. Voir également Car-Pass, Rapport annuel 2024, disponible ici : https://www.car-pass.be/public/files/8816_CAP_Jaarverslag24_FR_v4_LR-pages.pdf, consulté le 28-04-2026, page 9.

28. La Requérante estime que les revendeurs indépendants représentent environ 67 % des revendeurs professionnels¹⁴.

29. Ces revendeurs indépendants regroupent tant de grands revendeurs indépendants, qui vendent d'importants stocks de véhicules d'occasion, comme par exemple Cardoen, que des petits revendeurs indépendants. Ces derniers constituent le segment qui concerne plus particulièrement l'affaire en cause.

30. En matière de vente B2C, plusieurs canaux permettent de mettre en relation un vendeur de véhicule d'occasion et un acheteur particulier. Cela peut se faire notamment par l'espace physique d'un vendeur professionnel (« showroom »), par des canaux hors ligne, ou par des outils numériques tels que le site internet d'un vendeur professionnel (ou celui du réseau auquel il appartient) ou des sites internet de publication d'annonces, offrant plus ou moins de services.

IV.2 Les plateformes en ligne permettant de publier des annonces pour des véhicules d'occasion

31. Depuis une dizaine d'années, la vente de véhicules automobiles aux consommateurs s'est numérisée. Désormais, les consommateurs se renseignent d'abord en ligne avant de se rendre dans un point de vente physique¹⁵. Dans de nombreux cas, toutes les étapes antérieures à la vente se font via ces outils numériques¹⁶.

32. Il existe en Belgique plusieurs types de plateformes en ligne pour la publication d'annonces pour la vente de véhicules d'occasion¹⁷.

33. Comme toute plateforme qui met en relation vendeurs et acheteurs, les plateformes pour la publication d'annonces en lignes sont caractérisées par des effets de réseau. Plus la plateforme compte d'annonces, plus elle attire les acheteurs potentiels, ce qui augmente le volume et la qualité¹⁸ du trafic¹⁹ qu'elle génère. Plus la plateforme génère de trafic, plus elle attire les annonceurs. Les effets de réseau peuvent être atténués par le « multihoming ». En effet, les revendeurs de véhicules peuvent, et ont intérêt à, poster leurs annonces sur plusieurs plateformes à la fois (voir section V.2.1).

34. La Requête se concentre sur les plateformes spécialisées. D'autres acteurs proposent des annonces pour la vente de véhicules d'occasion. Ils présentent cependant des différences significatives en termes de fonctionnalités, public cible et d'ouverture aux revendeurs professionnels. Les différents acteurs sont brièvement présentés ci-dessous.

¹⁴ Requête, §60.

¹⁵ Traxio, Immatriculations automobiles 2025, 5 janvier 2026, <https://www.traxio.be/fr/articles/immatriculations-automobiles-2025-poursuite-de-la-hausse-des-vehicules-d-occasion-0-9-qui-representent-desormais-63-9-du-marche-total>, consulté le 28-04-2026. Rapport SPF plateformes, p. 90.

¹⁶ Voir également Car-Pass, Rapport annuel 2024, disponible ici : https://www.car-pass.be/public/files/8816_CAP_Jaarverslag24_FR_v4_LR-pages.pdf, consulté le 28-04-2026, page 9, indiquant que 30% des acheteurs ont effectué leurs recherches exclusivement en ligne tandis que seulement 30% des acheteurs n'ont pas utilisé l'internet.

¹⁷ Voir le Rapport SPF plateforme, p. 72.

¹⁸ C'est-à-dire que le visiteur est bien un acheteur potentiel.

¹⁹ On peut différencier le trafic direct, via une URL ou une application mobile, le trafic payant, via des publicités et le trafic organique, via les résultats d'un moteur de recherche (voir Requête, §§41 à 46).

IV.2.1 Les plateformes ouvertes spécialisées dans les annonces de véhicules

35. Les plateformes spécialisées sont les plateformes en ligne dont l'activité principale consiste à publier des annonces à la demande de particuliers ou de revendeurs professionnels. Ces plateformes fournissent des services d'intermédiation permettant aux acheteurs et aux vendeurs de se rencontrer. Elles permettent généralement un filtrage précis selon des critères spécifiques à ce produit.

IV.2.1.a AutoScout24

36. Comme indiqué au para. 6, AutoScout24 est active depuis plus de 20 ans sur le marché belge. La notoriété de sa plateforme pour la publication et consultation d'annonces de véhicules d'occasion est bien établie en Belgique. En atteste le fait que, selon Autoscout24, 90% des véhicules d'occasion mis en vente en Belgique feraient l'objet d'une annonce sur sa plateforme²⁰.

37. Les annonces portent sur des véhicules neufs et d'occasion, sans limite de kilométrage ou d'âge du véhicule. Les services sont payants pour les vendeurs professionnels qui sont tenus de conclure un contrat et gratuits pour les vendeurs particuliers. La plateforme est gratuite pour les acheteurs potentiels, sans obligation de créer un compte. AutoScout24 propose également des services connexes, comme des services de financement et d'assurance par l'intermédiaire de partenaires intégrés. Ainsi, les acheteurs se voient fournir des informations sur le financement des véhicules, le leasing et les assurances automobiles et les vendeurs professionnels peuvent profiter de services de statistiques et de suivi d'appels.

IV.2.1.b GOCAR

38. GOCAR est une plateforme d'annonce pour des véhicules neufs, d'occasion et en leasing, qui s'adresse principalement aux revendeurs professionnels. Ces derniers peuvent publier des annonces moyennant l'achat d'un abonnement dont le prix varie en fonction du nombre d'annonces de véhicules publiées²¹.

IV.2.1.c Vroom

39. Vroom (MOVEEL SRL) est une plateforme proposant des annonces pour des véhicules tant neufs que d'occasion, ainsi que de l'information et des conseils en matière automobile. Pour l'instant, elle s'adresse seulement aux vendeurs professionnels²².

IV.2.1.d Touring CarSelect

40. Comme indiqué au para. 4, Touring CarSelect (carselect.touring.be), la plateforme de la Requérante, est relativement nouvelle sur le marché. Elle a été lancée en avril 2024 par BNP-Paribas-Fortis et AG Insurance.

41. Seuls les vendeurs professionnels peuvent publier des annonces sur carselect.touring.be. Ils sont tenus d'offrir 12 mois de garantie pour leurs véhicules. Les acheteurs potentiels ne paient pas pour consulter les annonces et n'ont pas l'obligation de créer un compte.

42. Touring CarSelect se distingue des autres plateformes en ce qu'elle ne propose que des annonces relatives à des véhicules d'occasion et de stock, avec une limitation de kilométrage et d'ancienneté (seuls

²⁰ Requête, pièce B.1, p. 3.

²¹ Requête, §33.

²² Voir : [Vous souhaitez publier vos voitures sur Vroom ?](#) Consulté le 28-04-2026.

les véhicules affichant moins de 150.000 kilomètres au compteur et une limite d'ancienneté d'immatriculation de neuf ans sont publiées)²³.

43. Au-delà de la mise en relation entre revendeurs et acheteurs, Touring CarSelect propose des services complémentaires tels que la simulation de financement, des services d'assistance automobile gratuits pendant 12 mois et des liens directs vers les solutions AG assurance.

IV.2.2 Les plateformes de ventes directes

44. Un certain nombre de plateformes sont des plateformes "fermées" contrôlées par des constructeurs, importateurs, concessionnaires ou grands revendeurs indépendants pour la commercialisation de leur propre stock de véhicules d'occasion.

45. Il en va ainsi, par exemple, de Spoticar.be (réseau Stellantis), myway.be (réseau D'leteren), cardoen.be ou SOCO.be ou Autohero, qui sont directement propriétaires de leur stock de véhicules. Il ne s'agit pas de plateformes d'intermédiation mais bien de plateformes de vente « directe », non accessibles aux revendeurs extérieurs au réseau, qui n'y ont pas accès pour publier leurs annonces.

IV.2.3 Les sites dédiés à l'automobile et hébergeant des annonces

46. Il existe des sites internet spécialisés sur lesquels sont publiés des informations, articles et autres contenus médiatiques dédiés à l'automobile et à la mobilité. Il s'agit souvent de versions numériques des magazines automobiles.

47. Certains de ces sites disposent d'une section proposent des annonces pour des véhicules d'occasion.

IV.2.3.a AutoGids

48. AutoGids/Le Moniteur automobile (ci-après, « AutoGids ») est un site proposant du contenu médiatique dans le domaine automobile sous forme d'articles en ligne ou de « e-magazines » sur des sujets variés d'actualité. Les revendeurs particuliers et professionnels peuvent y poster gratuitement des annonces pour la vente de véhicules d'occasion.

IV.2.3.b AutoTrends

49. AutoTrends est aussi un site proposant du contenu médiatique dans le domaine automobile sur des sujets variés et d'actualité. Les revendeurs particuliers et professionnels peuvent y poster gratuitement des annonces pour la vente de véhicules d'occasion.

IV.2.4 Les plateformes généralistes

50. Les vendeurs de véhicules d'occasion publient également leurs annonces sur des plateformes généralistes permettant la publication d'annonces pour toutes sortes de produits. Ces plateformes s'adressent principalement ou exclusivement à des vendeurs particuliers.

²³ Selon la Requête, cela exclut environ 15% des véhicules vendus sur internet par des vendeurs professionnels (Requête, §31). La Requête conteste l'affirmation de la Défenderesse (Observations d'AutoScout24, §33) selon laquelle « [c]es restrictions limitent considérablement le nombre potentiel d'annonces sur la plateforme de TCS » et « [l]e modèle économique de TCS est donc délibérément conçu pour limiter le volume d'annonces sur sa plateforme, en partie en restreignant l'accès aux vendeurs professionnels et, surtout, en réduisant considérablement le parc de véhicules éligibles ».

IV.2.4.a 2ememain

51. L'une des plateformes les plus connues en Belgique est 2ememain/2dehands, fondée en 1999. Le site internet dispose d'une section dédiée aux véhicules d'occasion. Elle offre des services spécifiques pour les revendeurs professionnels via 2ememain Automobile.

IV.2.4.b Les places de marché liées à un réseau social

52. Les places de marché liées à un réseau social (par exemple, Facebook Marketplace) permettent la publication d'annonces pour différents types de produits sans permettre le filtrage des annonces sur base de critères spécifiques au produit ciblé.

53. Ces plateformes s'adressent principalement ou exclusivement à des vendeurs particuliers.

IV.2.5 Les modes de rémunération

54. La plupart des plateformes d'intermédiation pour la vente de véhicules d'occasion sont gratuites pour les acheteurs et les vendeurs particuliers, mais payantes pour les vendeurs professionnels.

55. Le mode de rémunération le plus classique est celui d'une offre par abonnement. Le prix de l'abonnement couvre un certain nombre d'annonces à publier ainsi que des services à valeur ajoutée comme des mises en valeur qui améliorent la visibilité des annonces. Ainsi, sur AutoScout24, le "pack 20" qui permet de publier 20 annonces par mois ; le « Package Privilege » permet la mise en évidence des annonces sur la plateforme²⁴. Cette structuration du tarif a pour effet que les plus gros revendeurs, qui présentent plus d'annonces, paient moins par annonce, tandis que les petits revendeurs indépendants présentent moins d'annonces et paient proportionnellement plus cher par annonce ; le segment des petits revendeurs indépendants constitue dès lors un segment stratégique, car plus rentable pour les plateformes.

56. TCS proposait initialement un modèle similaire. En septembre 2025, elle a introduit une nouvelle formule selon laquelle la publication de l'annonce est gratuite alors que la plateforme facture lorsqu'une annonce génère une opportunité de vente (ou « *lead* »). On parle de *lead* lorsqu'un acheteur potentiel prend contact avec un vendeur en cliquant pour obtenir le numéro de téléphone, un appel ou l'envoi d'un formulaire²⁵.

57. TCS insiste sur le caractère disruptif de sa nouvelle facturation, propre à faciliter l'arrivée sur le marché d'un nouvel entrant. Elle a expliqué lors de l'audience qu'elle proposait néanmoins toujours des formules par abonnement et que seuls [CONFIDENTIEL] % de ses clients auraient opté pour la nouvelle formule.

58. Comme décrit par la suite, c'est le changement de modèle de rémunération de la Requérante qui a occasionné les comportements d'AutoScout24²⁶. La Défenderesse a considéré que le passage d'une formule payante à une formule « pay-per-lead » constituait une pratique de parasitisme inacceptable.

²⁴ Requête, pièce B.2, « [AutoScout24 Package Privilege](#) ».

²⁵ Observations d'AutoScout24, §34, illustration 1.

²⁶ Voir notamment, Observation d'AutoScout24, §125.

IV.3.2 L'aide à l'encodage proposée par TCS et AutoScout24

65. Il ressort des explications fournies en audience qu'aussi bien la Requérante que la Défenderesse proposent des outils permettant de faciliter l'encodage des véhicules. Une fois introduites les informations de base comme la marque, le modèle et le numéro de châssis, la plateforme est en mesure de remplir automatiquement d'autres champs relatifs aux détails des véhicules. Le revendeur vérifie, et corrige éventuellement lesdites informations avant de valider l'annonce pour publication.

66. La Requérante et la Défenderesse disposent à cet égard de bases de données répertoriant les véhicules et leurs caractéristiques. En audience, AutoScout24 a indiqué qu'elle avait constitué sa base de données sur la base des descriptions techniques des véhicules vendus au cours des trente dernières années en Belgique et qu'elle avait développé un outil d'insertion afin de préremplir de 50 % à 80 % des champs techniques³⁰.

67. La Défenderesse ajoute qu'elle a développé d'autres outils propriétaires qui améliorent encore la création de ses annonces qui assistent les vendeurs pendant le processus de création de l'annonce³¹. Ces fonctionnalités comprennent, entre autres : un mécanisme de recommandation de prix³², une évaluation de la qualité de l'annonce³³, une suggestion des équipements manquants, une analyse des annonces concurrentes³⁴, la génération automatique par intelligence artificielle («IA») d'une description textuelle en français et en néerlandais et optimisée pour les moteurs de recherche, un ordre suggéré, généré par IA, pour les photos de l'annonce³⁵, une estimation du délai de vente³⁶, une offre de financement³⁷, des statistiques en temps réel sur le succès des annonces³⁸ ainsi que des alertes concernant les annonces peu populaires³⁹ et une application.

68. TCS a indiqué avoir également fait l'acquisition d'une base de données et d'outils pour automatiser les processus d'encodage et de gestion des données des annonces. La Requérante a par ailleurs indiqué qu'elle développe également des outils innovants. Outre le développement en cours d'une application mobile, TCS a introduit un filtre basé sur le budget mensuel de l'acheteur, une fonction chat, des options de dépannage, etc.

³⁰ Observations d'AutoScout24, §§25 et 27.

³¹ Observations d'AutoScout24, §26 et Pièce B.

³² Sur la base de sa connaissance du marché, le logiciel AutoScout24 recommande une fourchette de prix aux vendeurs professionnels.

³³ Le logiciel AutoScout24 vérifie la qualité d'une annonce et suggère des améliorations (par exemple, champs manquants, nombre et qualité des photos, description textuelle) afin d'augmenter les chances des vendeurs professionnels de réaliser une vente avantageuse.

³⁴ Le logiciel AutoScout24 fournit une vue d'ensemble de tous les véhicules similaires qui seront en concurrence avec l'annonce sur la base de sa description. L'annonce est classée en fonction de son attractivité par rapport à la concurrence. Cette analyse aide les vendeurs professionnels à préparer d'éventuelles négociations de vente, à mieux positionner leur offre sur le marché et à optimiser leurs marges.

³⁵ Un outil basé sur l'IA permet aux vendeurs professionnels de réorganiser l'ordre de leurs photos afin d'améliorer la qualité de leurs annonces.

³⁶ En fonction de la description et du prix du véhicule, le logiciel AutoScout24 fournit une estimation du temps nécessaire pour vendre le véhicule.

³⁷ Un vendeur professionnel peut ajouter une offre de financement à ses annonces.

³⁸ Les vendeurs professionnels ont accès en temps réel au taux de réussite de leurs annonces. Sur cette base, ils peuvent améliorer leurs chances de succès en modifiant la description, en ajoutant des photos ou en ajustant le prix.

³⁹ Les vendeurs professionnels reçoivent des alertes concernant les annonces présentant un faible taux de réussite, ce qui leur permet de réduire les pertes sur les stocks difficiles à écouler.

IV.3.3 Outils, logiciels et intermédiaires aidant au transfert et mise à jour des données

69. Les vendeurs automobiles professionnels mettent en ligne de manière régulière un grand nombre d'annonces. Cela implique un travail fastidieux et chronophage de traitement de données, de mise à jour le cas échéant (baisse de prix, etc.) ou de suppression⁴⁰.

70. En outre, les revendeurs publient généralement leurs annonces sur plusieurs plateformes à la fois (« multihoming ») afin d'optimiser leur diffusion.

71. Des outils d'optimisation aident au processus de transfert et de portabilité des données contenues dans les annonces. Ils évitent de devoir réencoder produit par produit les informations sur chaque plateforme en assurant le transfert et la portabilité des données contenues dans les annonces, que ce soit pour les importer dans une plateforme ou pour les récupérer à partir d'une plateforme pour les importer dans une autre.

72. Ils assurent également la mise à jour synchronisée des données. C'est-à-dire que les données de chaque annonce peuvent être synchronisées de manière automatique et en temps réel sur toutes les plateformes en même temps, en cas par exemple de changement de prix ou de statut.

IV.3.3.a Les outils techniques : API et FTP

73. Les vendeurs de voiture peuvent, une fois les données encodées, les diffuser automatiquement via des interfaces de programmation d'applications (ci-après « API ») et protocoles de transfert de fichiers (ci-après, « FTP »)⁴¹.

IV.3.3.b Les logiciels VMS

74. Les logiciels de gestion de stock (« *Vehicule Management System* », ci-après, « logiciels VMS ») sont des logiciels qui permettent aux vendeurs professionnels de gérer leur stock de véhicules (ou inventaire).

75. Les vendeurs y encodent les données relatives à leur véhicule, après quoi, le VMS leur permet de les transférer automatiquement, sans autre encodage ou manipulation, vers plusieurs canaux numériques, tels que leur site propre et/ou différentes plateformes d'intermédiation.

76. Les VMS assurent l'interopérabilité des données des véhicules en les présentant aux plateformes selon le format requis par chacune d'elles. Les VMS assurent également la répercussion des modifications et mises à jour des données (changement de prix, ajout de photos, etc.) de manière centralisée vers les différentes plateformes⁴².

77. Les concessionnaires et grands revendeurs indépendants utilisent des VMS. Les VMS leur permettent de gérer leurs annonces, les importer et les transférer de manière indépendante.

⁴⁰ Requête, pièces C.1, courriels du 15 décembre 2025 et du 2 février 2026 envoyés par un revendeur indépendant, C.10, courriel du 30 janvier 2026 envoyé par un revendeur indépendant et C.18, courriels du 2 février 2026 et 24 février 2026 envoyés par un revendeur indépendant. Dans ces courriels, les clients de la Requérante expliquent qu'en l'absence de synchronisation entre les plateformes, certaines demandes d'achat qu'ils reçoivent via carselect.touring.be concernent en fait des véhicules qui ont déjà été vendus mais dont le statut n'a pas été actualisé sur cette plateforme.

⁴¹ Un protocole de transfert de fichiers est un protocole de communication réseau conçu pour le transfert de fichiers, tels que des images et des documents, entre systèmes logiciels. Contrairement à une API, le transfert se fait principalement par l'envoi et la réception de fichiers complets, souvent par lots ou en flux maîtrisés plutôt qu'en réponses à des demandes individualisées.

⁴² Requête, pièce E.2.

78. Certains VMS sont développés en interne, par les concessionnaires, importateurs ou les marques elles-mêmes. D'autres VMS sont disponibles sur le marché, tels que par exemple Fastback, Modix, YourDailyDrive et MotorK⁴³.

IV.3.3.c Les intermédiaires techniques

79. La Requête explique que des opérateurs assurent la synchronisation et la diffusion automatique d'inventaires de véhicules vers les plateformes d'annonce en ligne et les sites internet⁴⁴.

80. En pratique, ces intermédiaires techniques collectent les données à la source (soit depuis un logiciel VMS, soit directement depuis une plateforme d'annonces en ligne) et opèrent une fonction de normalisation (ou « formatting ») des différentes données, avant la distribution de ces données vers les portails cibles et leur synchronisation, permettant ainsi une mise à jour automatisée et en temps réel sur l'ensemble des portails cibles. En d'autres termes, il s'agit de « hubs » techniques orchestrant le transport et la synchronisation des données d'annonces en vue d'assurer une symétrie des flux. Ces intermédiaires techniques développent par ailleurs eux-mêmes des API, des FTP et des outils de flux.

81. Parmi ces intermédiaires techniques, la Requérante travaille avec Hexon, une société établie au Pays-Bas spécialisée dans le secteur automobile.

IV.4 Les pratiques alléguées

82. La Requérante soutient qu'AutoScout24 aurait mis en place une série de pratiques destinées à consolider et protéger sa position dominante sur le marché de la publication en ligne d'annonces pour des véhicules d'occasion. Ces pratiques s'inscriraient dans une stratégie globale visant à contrôler les données des annonces des vendeurs professionnels et à faire de la plateforme AutoScout24 le point d'entrée quasi obligatoire pour l'encodage des annonces des revendeurs professionnels. Cette situation créerait une dépendance structurelle des plateformes concurrentes, notamment celle de la Requérante, vis-à-vis d'AutoScout24⁴⁵.

83. Il ressort des éléments fournis par la Requérante que, bien qu'en principe ouverte à l'importation et l'exportation des données, AutoScout24 limiterait la portabilité des données relatives aux véhicules d'occasion offerts à la vente, que ce soit vers (portabilité entrante) ou à partir (portabilité sortante) de sa plateforme.

IV.4.1 La politique d'AutoScout24 en matière d'importation et d'exportation des données

84. Les revendeurs de voiture d'occasion tendent à poster leurs annonces sur plusieurs sites internet et plateformes afin d'optimiser leur visibilité et accroître de ce fait la probabilité de réalisation d'une vente.

85. Il apparaît que, d'une manière générale, AutoScout24 contribue au multihoming des annonces en permettant une très large interopérabilité quant à l'importation et/ou l'exportation des données des véhicules vers et à partir de sa plateforme par l'intermédiaire d'un VMS ou d'un intermédiaire technique.

⁴³ Requête, §17.

⁴⁴ Requête, §§19-20.

⁴⁵ Requête, §52.

86. Ainsi, jusqu'en décembre 2025, la Requérante importait les données se trouvant sur AutoScout24 vers sa plateforme par l'intermédiaire de Hexon, à la demande de ses clients.

87. AutoScout24 se présente donc comme une plateforme ouverte. Cette interopérabilité ne serait pas le fruit d'une quelconque obligation mais un choix d'Autoscout24 de s'accommoder à la demande de ces clients⁴⁶.

88. Pour la portabilité sortante des données, AutoScout24 propose une fonction « Search API » en temps réel qui permet à la demande d'un revendeur professionnel, d'un VMS ou d'un intermédiaire technique, d'extraire les données de ses annonces à tout moment⁴⁷.

89. Ainsi qu'il ressort de la Requête et des observations écrites et orales de la Défenderesse:

- a. Les concessionnaires de marques interagissent en temps réel avec AutoScout24 via leurs VMS ;
- b. De grands revendeurs indépendants, tels que SOCO ont développé des outils personnalisés afin d'interagir avec AutoScout24⁴⁸ ;
- c. La plateforme d'AutoGids récupère les données des véhicules figurant dans les annonces d'AutoScout24 en vertu d'un partenariat en vigueur depuis 2004. Son site internet indique que les annonces sont publiées « *in samenwerking met AutoScout24* »⁴⁹. La Défenderesse précise que la visibilité des annonces sur AutoGids fait partie de l'offre d'AutoScout24⁵⁰;
- d. La plateforme AutoTrends importe des informations sur les véhicules d'occasion mis en vente sur AutoScout24⁵¹ ;

90. GOCAR et 2ememain font appel aux services du prestataire technique Hexon pour interagir avec AutoScout24⁵². Le site internet d'Hexon indique à cet égard que son service « DV » (pour « doorlinken voorraad »), pour la mise en ligne automatique de l'inventaire des utilisateurs, permet des connexions avec 2ememain.be et GoCar.be⁵³. C'était également le cas pour la Requérante jusqu'en décembre 2025.

91. La possibilité de récupérer les données à partir d'AutoScout24 est prévue à l'article 3.2 des conditions générales d'AutoScout24:

« L'ensemble des contenus (par exemple les textes, les annonces) ou des signes distinctifs (marques déposées, noms de sociétés, logos) rendus accessibles sur les sites Internet d'AutoScout24 pourront bénéficier, le cas échéant, d'une protection en vertu du droit d'auteur, du droit des marques et, éventuellement, des lois sur la concurrence. Pour les besoins du Contrat, AutoScout24 concède à l'Utilisateur un droit non-exclusif et non cessible, pour une durée égale à celle du Contrat, et sans

⁴⁶ Observations d'AutoScout24, §44.

⁴⁷ Observations d'AutoScout24, §44.

⁴⁸ Comme indiqué par AutoScout24 durant l'audience.

⁴⁹ Voir le site internet d'AutoGids, <https://www.autogids.be/tweedehands/auto-kopen.html>, consulté le 28-04-2026. Traduction libre « en collaboration avec AutoScout24 ».

⁵⁰ Observations d'AutoScout24, §126.

⁵¹ Requête, §37.

⁵² Requête, §§33, 35, 69 ; Requête, pièce D.7, courriels du 27 février et 4 mars 2026 envoyés par un revendeur indépendant à TCS ; Requête, pièce C.2, courriel du 15 décembre 2025 envoyé par un revendeur indépendant à TCS. Dans ces courriels, les revendeurs indiquent qu'ils n'encodent qu'une fois sur AutoScout24 et que, parallèlement, ils n'ont pas besoin de le faire sur les autres plateformes comme Gocar et 2ememain.

⁵³ Site internet d'Hexon : <https://www.hexon.eu/services/dv/links/>, consultée le 28-04-2026.

possibilité de concéder de sous-licences, d'utiliser les contenus ainsi rendus accessibles dans les limites d'une utilisation habituelle conformément au Contrat – tel que déterminé par l'objet du Contrat et des bouquets de services. Toute utilisation excessive de ce droit constituera une utilisation abusive et pourra être poursuivie par AutoScout24 conformément au droit civil et éventuellement conformément au droit pénal. Une utilisation abusive sera constituée en particulier par : - une interrogation automatique de la base de données au moyen de logiciels ; ou - la copie des contenus de la base de données (en partie ou en intégralité) et leur mise à disposition sur d'autres sites Internet ou sur d'autres médias, sauf pour les contenus qui sont propres à l'Utilisateur concerné. »⁵⁴

92. La Défenderesse explique que cette clause vise à protéger les droits de propriété intellectuelle appartenant exclusivement à AutoScout24 (par exemple, son logo) et ne limite pas l'utilisation par les revendeurs de leurs données propres telles que téléchargées sur AutoScout24⁵⁵. La Défenderesse conteste par ailleurs l'affirmation de la Requête⁵⁶ selon laquelle cette clause interdirait aux revendeurs de transférer leurs données sur d'autres plateformes que leur propre site⁵⁷.

93. En revanche, la Défenderesse considère que le fait d'exporter des données de véhicules depuis la plateforme d'AutoScout24 vers une plateforme « free-to-list » constitue une utilisation abusive de son API.

IV.4.2 La limitation de la portabilité entrante vers AutoScout24 pour certains revendeurs indépendants

94. En premier lieu, la Requête avance qu'AutoScout24 refuse à « la grande majorité »⁵⁸ des revendeurs de véhicules d'occasion indépendants d'importer vers sa plateforme les données des véhicules d'occasion dont ils souhaitent publier les annonces de vente, que ce soit à l'aide d'un logiciel VMS (ou autre) ou depuis une autre plateforme concurrente.

95. En revanche, contrairement aux revendeurs indépendants, les concessionnaires de marques et les grands revendeurs indépendants, comme SOCO, disposent de solutions automatisées permettant le transfert de leurs annonces sur Autoscout24.

96. La Requête présente plusieurs pièces à l'appui de ces allégations:

- a. Service client AutoScout24.be « *Dit is helaas niet mogelijk, aangezien u geen erkende merkdealer bent. Binnen ons systeem is het invoeren van voertuigen via een dataprovider uitsluitend voorbehouden aan merkdealers.* »⁵⁹ ;

⁵⁴ Requête, pièce A.1.

⁵⁵ Observations d'AutoScout24, §41.

⁵⁶ Requête, §68, note de bas de page 47.

⁵⁷ Observations d'AutoScout24, §41.

⁵⁸ Requête, §54.

⁵⁹ Requête, pièce D.1 - Courriel du 27 juin 2025 envoyé par AutoScout24 à un revendeur - version non confidentielle. Traduction libre « *Cela n'est malheureusement pas possible, car vous n'êtes pas un concessionnaire agréé. Dans notre système, l'enregistrement de véhicules via un fournisseur de données est exclusivement réservé aux concessionnaires agréés.* ».

Service client AutoScout24.be « *L'importation d'annonces d'une source externe vers notre site n'est pas autorisé [sic] sauf si la demande vient d'un revendeur de marque agréé/un distributeur officiel.* »⁶⁰ ;

- b. Témoignage d'un acteur du marché « *Il est exact que, pour les revendeurs indépendants, AS24 [AutoScout24] impose une politique « platform-first ». Cela signifie que ces revendeurs sont tenus d'encoder leurs véhicules directement sur la plateforme AS24. Par conséquent, un envoi automatisé de [VMS] vers AS24 n'est effectivement pas possible pour ces comptes à l'heure actuelle. Il s'agit d'une exigence technique définie par la plateforme elle-même* »⁶¹ ;
- c. Témoignage d'un revendeur indépendant : « *Il ne nous est pas permis, comme d'ailleurs la plupart des revendeurs à l'exception des concessions de marque, d'importer nos annonces sur AutoScout24. Seul l'export de celles-ci, après publication, vers notre propre site nous est autorisé dans les limites de ce qui est autorisé par leurs conditions générales* »⁶² ;
- d. Courriel d'un potentiel client de TCS : « *Un point a toutefois été soulevé lors de nos discussions concerne la situation actuelle avec AutoScout24 pour les garages indépendants. Si celle-ci devait perdurer, certains garages pourraient être amenés à encoder leurs véhicules deux fois, ce qui pourrait constituer un frein pratique pour ceux qui envisageraient d'utiliser la plateforme* »⁶³.

97. Les revendeurs indépendants auxquels la portabilité entrante est refusée doivent donc encoder et mettre à jour véhicule par véhicule les données relatives à leurs véhicules directement sur la plateforme d'AutoScout24.

98. Selon la Requête, cette différence de traitement est disproportionnée et ne repose sur aucune justification objective⁶⁴. En effet, les revendeurs indépendants ne voudraient pas encoder leurs annonces plusieurs fois. À cet égard, la Requête soumet des courriels de revendeurs illustrant que ces derniers n'envisagent pas l'encodage manuel sur plusieurs plateformes comme une option viable⁶⁵.

99. La pratique d'AutoScout24 oblige donc les petits revendeurs indépendants à concentrer leur effort d'encodage sur la plateforme la plus importante du marché, à savoir AutoScout24, plutôt que sur une plateforme de moindre envergure comme celle de la Requête.

⁶⁰ Requête, pièce D.6 - Courriel du 25 février 2026 envoyé par AutoScout24 à un revendeur - version non-confidentielle

⁶¹ Requête, pièce D.2, courriel du 24 février 2026 d'un représentant de logiciel VMS à TCS. Traduction libre de : « *It is correct that for independent dealers, AS24 [AutoScout24] mandates a « platform-first » policy. This means that these dealers are required to encode their vehicles directly on the AS24 platform. Consequently, an automated push from [VMS] to AS24 is indeed not possible for these accounts at this time. This is a technical requirement set by the platform itself* ».

⁶² Requête, pièce C.15, courriels du 2 mars 2026 envoyé par un revendeur indépendant à TCS.

⁶³ Requête, pièce C.16, courriel du 10 mars 2026 envoyé par un potentiel client à TCS.

⁶⁴ Requête, §60.

⁶⁵ Voir notamment Requête, pièces C.1 - Courriels du 15 décembre 2025 et 2 février 2026 envoyés par un revendeur à TCS - version non confidentielle, « *Nous ne pouvons pas procéder à la création manuelle de plus de 300 véhicules* » ; C.2 - Courriel du 15 décembre 2025 envoyé par un revendeur à TCS - version non confidentielle « *Afin d'éviter le double encodage, il est primordial pour moi d'encoder une seule fois l'annonce et qu'elle soit redirigée sur plusieurs sites de ventes.* » ; pièce C.3 - Courriel du 23 décembre 2025 envoyé par un revendeur à TCS - version non confidentielle « *Pourriez-vous dès lors clôturer mon contrat car je ne vais rien encoder manuellement* » ; C.7, courriels du 15 et 16 janvier 2026 envoyés par un revendeur indépendant à TCS ; pièce C.8, courriel du 22 janvier 2026 envoyé par un revendeur indépendant à TCS.

IV.4.3 La limitation de la portabilité sortante à partir AutoScout24

100. En second lieu, la Requêteurante se plaint de limitations par AutoScout24 de la portabilité sortante de sa plateforme.

IV.4.3.a L'absence d'export automatisé et généralisé des données

101. La Requêteurante reproche à AutoScout24 de ne pas prévoir d'« *export automatisé et généralisé des données encodées par les revendeurs professionnels sur sa plateforme* » tant pour les exports via API que par l'intermédiaire d'un prestataire technique⁶⁶.

102. La Requêteurante explique qu'AutoScout24 autoriserait seulement aux revendeurs de récupérer les données de leurs propres annonces⁶⁷, sauf pour certaines plateformes avec lesquelles elle aurait conclu un accord permettant la portabilité sortante des données disponibles sur son site⁶⁸. La Requêteurante comprend que les conditions imposées par AutoScout24 dans de tels accords sont variables⁶⁹.

103. La Requêteurante conclut qu'AutoScout24 subordonne l'export généralisé de données de son site internet à son accord exprès.

104. Ce faisant, AutoScout24 s'imposerait comme un partenaire incontournable sur le marché des services de publication d'annonces pour des véhicules automobiles d'occasion sur des plateformes en ligne⁷⁰.

IV.4.3.b Le refus de portabilité sortante opposé à TCS

105. La Requêteurante reproche ensuite à AutoScout24 d'avoir soudainement retiré à Hexon le droit d'exporter vers la plateforme de TCS les données des véhicules à partir d'AutoScout24.

106. Jusqu'au 11 décembre 2025, la Requêteurante bénéficiait des services d'Hexon, lui permettant de recevoir sur sa plateforme les données encodées directement sur AutoScout24 par les revendeurs professionnels en contrat avec TCS⁷¹.

107. Or, en décembre 2025, Hexon a informé la Requêteurante qu'AutoScout24 lui interdisait désormais de transférer les données vers la plateforme de la Requêteurante :

« Aujourd'hui, AutoScout24 Belgique nous a demandé de cesser de transférer des données d'AutoScout24 Belgique vers Touring CarSelect via la voie de communication Wildstream (anciennement Carflow). Conformément à notre accord avec AutoScout24, nous sommes tenus de nous conformer à cette demande »⁷².

⁶⁶ Requête, §68.

⁶⁷ Requête, pièce C.15, courriels du 2 mars 2026 envoyé par un revendeur indépendant à TCS: « Il ne nous est pas permis, comme d'ailleurs la plupart des revendeurs à l'exception des concessions de marque, d'importer nos annonces sur AutoScout24. Seul l'export de celles-ci, après publication, vers notre propre site nous est autorisé dans les limites de ce qu'autorisé par leurs conditions générales ».

⁶⁸ Requête, pièce D.7, courriels du 27 février et 4 mars 2026 envoyés par un revendeur indépendant à TCS et Requête ; Requête, pièce C.2, courriel du 15 décembre 2025 envoyé par un revendeur indépendant à TCS. Dans ces courriels, les revendeurs indiquent qu'ils n'encodent qu'une fois sur AutoScout24 et que, parallèlement, ils n'ont pas besoin de le faire sur les autres plateformes comme Gocar et 2èmemain.

⁶⁹ Requête, §69.

⁷⁰ Requête, §70.

⁷¹ Requête, §72. Le transfert était effectué, par l'intermédiaire d'Hexon et la technologie CarFlow, un VMS belge propriété de TCS. Aucun contrat explicite n'est conclu entre AutoScout24 et la Requêteurante sur ce point.

⁷² Traduction libre du néerlandais (« Vandaag zijn we door AutoScout24 België gesommeerd te stoppen met het doorsturen van data vanuit AutoScout24 België naar Touringcar Select via de Wildstream (voorheen Carflow) contactroute. Vanuit onze overeenkomst met AutoScout24 zijn we genoodzaakt om hier gehoor aan te geven »), Requête, Pièce D.3, courriels du 9 et 10 décembre 2025 envoyés par Hexon à TCS ; Requête

108. Lors d'une réunion virtuelle le 15 décembre 2025, AutoScout24 a confirmé sa décision et indiqué qu'elle n'autorisait pas le transfert des données des revendeurs professionnels à partir d'AutoScout24 vers des plateformes gratuites.
109. AutoScout24 a par ailleurs réitéré son refus lors d'un entretien téléphonique avec la Requérente le 15 janvier 2026⁷³.
110. Le 5 février 2026, la Requérente a mis en demeure AutoScout24 d'autoriser l'accès aux données actualisées des revendeurs professionnels et de s'assurer que ces revendeurs puissent transférer leurs données vers les plateformes concurrentes au travers des moyens techniques de leur choix, au plus tard pour le lundi 9 février 2026⁷⁴. Les jours suivants, la Requérente aurait vainement tenté de contacter l'administrateur délégué d'AutoScout24⁷⁵.
111. Le 16 février 2026, un échange téléphonique a eu lieu entre un responsable d'AutoScout24 et un administrateur de la Requérente. Selon la Requérente, la possibilité d'un accord qui aurait permis le transfert des données depuis AutoScout24 vers la plateforme de la Requérente, et l'importation par les revendeurs indépendants des données vers AutoScout24 depuis un VMS aurait été évoquée. Cet échange n'a toutefois pas abouti⁷⁶.
112. La Requérente considère que le refus de portabilité sortante des données par AutoScout24 constitue une différence de traitement discriminatoire à l'encontre de TCS, ainsi qu'un refus de fournir – l'un et l'autre constituant des abus de position dominante d'AutoScout24.
113. Elle constate que ce refus de portabilité sortante est motivé par AutoScout24 par le fait que TCS aurait adopté une formule commerciale au résultat ("pay-per-lead") qu'AutoScout24 qualifie erronément de formule gratuite pour les annonceurs professionnels. TCS considère qu'elle n'opère pas une plateforme gratuite, mais que son modèle innovant par « lead » est encore une solution payante, même si elle est facturée au résultat⁷⁷.

IV.4.4 Position de la Défenderesse

114. À propos de la portabilité entrante, la Défenderesse explique qu'elle n'a jamais reçu de demande de TCS en ce sens. Pour le reste, à l'instar de l'auditeur dans ses observations, elle préfère se concentrer sur les allégations de la Requérente concernant la portabilité sortante⁷⁸. Lors de l'audience, la Défenderesse a cependant indiqué qu'elle n'aurait vraisemblablement pas accédé à une demande de portabilité entrante de la Requérente même si cette dernière en avait fait une.
115. Pour ce qui est de la portabilité sortante, la Défenderesse explique que « *le fait qu'un vendeur soit libre d'utiliser ses propres informations telles qu'elles ont été téléchargées sur AutoScout24 ne signifie pas*

pièce C.2, courriel du 15 décembre 2025 envoyé par un revendeur indépendant à TCS : « Nous souhaitons vous informer que depuis **ce jeudi 11 décembre 2025, AutoScout24 n'autorise plus le transfert de données vers Touring CarSelect** » (en gras dans le texte).

⁷³ Voir le courriel, laissé sans réponse, daté du même jour dans lequel la Requérente souligne l'impact considérable que le refus de transfert de données causait à ses activités. Ce courriel est resté sans réponse. Requête, pièce D.4, courriel du 15 janvier 2026 envoyé par TCS à AutoScout24.

⁷⁴ Requête, pièce D.5, courriel du 5 février 2026 envoyé par TCS à AutoScout24.

⁷⁵ Requête, §79.

⁷⁶ Requête, §80.

⁷⁷ Requête, §76.

⁷⁸ Observations d'AutoScout24, §46.

qu'AutoScout24 soit tenu de transférer ses annonces vers d'autres plateformes »⁷⁹ ni qu'AutoScout24 doive « fournir », « faciliter » ou « permettre le transfert de données issues de la plateforme vers des services concurrents ou des terminaux tiers »⁸⁰.

116. En l'occurrence, la Défenderesse confirme qu'elle a arrêté les exportations de données vers la plateforme de TCS, carselect.touring.be, mais elle conteste que cela soit abusif.

117. En effet, bien qu'elle n'y soit pas obligée⁸¹, « AutoScout24 autorise les transferts vers toutes les plateformes, sous réserve d'une exception visant à lutter contre les abus. (...) AutoScout24 n'autorise pas le transfert de ses annonces vers des plateformes qui opèrent sur le modèle « free-to-list » (selon lequel des vendeurs professionnels peuvent publier des annonces gratuitement), afin d'éviter un parasitisme abusif sur les investissements d'AutoScout24 dans le processus de création d'annonce »⁸².

118. Selon la Défenderesse, la Requérante se rendrait coupable d'un tel parasitisme en voulant s'approprier le « produit fini » d'AutoScout24⁸³, à savoir les annonces publiées sur AutoScout24, alors qu'elle pourrait les répliquer elle-même facilement moyennant un ré-encodage manuel – que ce soit par les annonceurs eux-mêmes, ou par l'intervention quotidienne du personnel de TCS⁸⁴.

119. La correspondance avec les revendeurs professionnels, produite par la Requérante, illustrerait que la possibilité d'importer des annonces AutoScout24 faisait partie de l'argumentaire commercial de TCS lors de la conclusion des contrats avec les revendeurs concernés⁸⁵.

120. Ainsi, la Requérante mettrait en œuvre une « stratégie délibérée (...) consistant à s'appuyer sur la marque et le catalogue d'AutoScout24 pour commercialiser son propre produit, sans le consentement d'AutoScout24 et en l'absence de tout accord entre la Requérante et AutoScout24 »⁸⁶.

121. La Défenderesse explique que, suite au déploiement de son modèle « free-to-list », la Requérante semble avoir réduit ses dépenses en marketing numérique, comme le montrerait des données publiques sur le trafic de carselect.touring.be ainsi que des estimations de ses paiements au clic⁸⁷.

122. La Défenderesse explique que cela n'est pas acceptable en raison du modèle « gratuit » de la Requérante. Autoscout24 a mis en place un « mécanisme anti-abus » pour empêcher ceux de ses concurrents qui fournissent une formule gratuite de « contacter un grand nombre de vendeurs automobiles » pour ensuite « copier-coller le stock d'AutoScout24 » sur leur plateforme. AutoScout24 entend lutter contre la concurrence des plateformes « free-to-list », au motif que celles-ci n'auraient plus à faire des investissements dans des aspects concurrentiels clés, à savoir la création efficace d'annonces de qualité⁸⁸.

⁷⁹ Observations d'AutoScout24, §41.

⁸⁰ Observations d'AutoScout24, §43.

⁸¹ Observations d'AutoScout24, §92.

⁸² Observations AutoScout24, §45.

⁸³ Observations d'AutoScout24, §§120 et suivants.

⁸⁴ Observations d'AutoScout24, §92 et remarques en audience.

⁸⁵ Observations d'AutoScout24, §36. Requête, pièce C.1. Requête, pièce C.5, pièce C.14 dans lesquelles les revendeurs font références à l'importation des données présumée à la signature du contrat.

⁸⁶ Observations d'AutoScout24, §37.

⁸⁷ Observations d'AutoScout24, §38. Lors de l'audience, la Requérante a contesté les données d'AutoScout24 au motif qu'elles n'incluent pas le marketing sur d'autres plateformes comme Facebook [CONFIDENTIEL].

⁸⁸ Observations d'AutoScout24, §121.

123. La Défenderesse note également que les données des véhicules encodées sur la plateforme d'AutoScout24 auxquelles la Requêteurante veut avoir accès se ne limitent pas aux données brutes fournies par les revendeurs, lesquels en sont les propriétaires. Au contraire, selon la Défenderesse, les données « *incluent également une structuration, un traitement et un enrichissement de données supplémentaires effectués par AutoScout24 à l'aide de ses outils propriétaires dans lesquels il a été investi de manière significative au fil des ans. En d'autres termes, une annonce AutoScout24 représente un produit fini qui reflète les investissements soutenus de celle-ci au cours des dernières décennies, principalement dans la rationalisation du processus de création d'annonces. Ces derniers concernent principalement la rationalisation et la facilitation de la procédure pour créer une annonce. De toute évidence, AutoScout24 n'est nullement tenue de partager ce produit fini avec ses concurrents ni d'assumer une partie de leurs coûts variables. Ce n'est pas à AutoScout24 de supporter les coûts pour le compte d'un concurrent, si celui-ci n'investit pas dans le développement d'un outil de création d'annonce efficace* »⁸⁹.

124. En audience, la Défenderesse a précisé qu'il n'était pas possible, au moment du transfert via VMS, API, etc. de différencier entre les données brutes de l'annonce, encodées ou non par le revendeur, et les données ajoutées par AutoScout24 via ses outils. La Requêteurante aurait donc nécessairement accès, si elle était autorisée à exporter les données de ses clients vers sa plateforme, à l'ensemble du « produit fini », à savoir une annonce complète et améliorée par les services à valeur ajoutée d'AutoScout24.

V. Appréciation du Collège

V.1 Recevabilité

125. Pour que la demande de mesures provisoires soit recevable, il est requis qu'une instruction au fond soit en cours au moment du dépôt de la demande.

126. En l'espèce, le Collège constate que, le 11 mars 2026, l'auditeur général a ouvert une instruction en vertu de l'article IV.39, al. 1, 2° CDE à la suite de la plainte déposée par la Requêteurante visant les comportements d'AutoScout24 déposée le 5 mars 2026.

127. Ensuite, conformément à l'article IV.39, 2° CDE, le requérant doit avoir un intérêt direct et actuel⁹⁰.

128. Il ressort de la Requête que les pratiques d'AutoScout24 ont un impact significatif sur les activités de la Requêteurante, concurrente directe d'AutoScout24.

129. D'une part, une partie des clients, actuels et potentiels, de la Requêteurante ne peuvent pas compter sur le transfert automatisé des données de véhicules qu'ils encoderaient sur carselect.touring.be vers une plateforme aussi importante qu'AutoScout24.

130. D'autre part, la Requêteurante ne peut plus proposer à ses clients, actuels ou potentiels, de récupérer leurs données relatives aux véhicules mis en vente sur AutoScout24 via Hexon, quand bien même les clients voudraient publier leurs annonces mises à jour sur la plateforme de la Requêteurante.

131. La Requêteurante dispose donc d'un intérêt légitime à introduire une demande de mesures provisoires.

⁸⁹ Observations d'AutoScout24, §42.

⁹⁰ ABC, décision ABC-2020-V/M-36 de 19 novembre 2020, affaire CONC-V/M-20/0012, RE Virton ("Virton"), §34.

132. Enfin, conformément à l'article IV.72, §1 CDE, la Requérante a transmis le jour du dépôt, une copie de sa requête et ses annexes, par envoi recommandé avec accusé de réception à la Défenderesse.

133. En conséquence, le Collège dit la requête recevable.

V.2 Au fond

134. Pour qu'une demande de mesures provisoires soit fondée, l'article IV.71 CDE exige :

- Une violation *prima facie* des articles IV.2 CDE et/ou 102 TFEU, et
- La nécessité d'éviter de toute urgence une situation susceptible de causer un préjudice grave, imminent et difficilement réparable aux entreprises dont les intérêts sont affectés par ces infractions ou de nuire à l'intérêt économique général.

135. À cette fin, il doit exister un lien entre (i) le préjudice à éviter et les pratiques qui constituent *prima facie* une infraction, et (ii) entre les mesures provisoires à prendre et le préjudice pris en considération.

136. Avant d'entrer dans l'analyse de la mesure dans laquelle les pratiques alléguées constituent une infraction *prima facie* à l'article 102 TFUE et IV.2 CDE, il y a lieu d'examiner les spécificités des plateformes d'intermédiation et leur impact sur la nature et la dynamique du processus concurrentiel.

V.2.1 Cadre d'analyse applicable aux plateformes d'intermédiation

137. Les services en cause en l'espèce constituent des services d'intermédiation entre différents types d'acteurs. Les services d'intermédiation, ou de plateformes de mise en relation, sont caractérisés par un certain nombre d'éléments qui affectent les dynamiques concurrentielles, notamment les effets de réseau et l'importance du trafic pour la viabilité.

Effets de réseau indirects

138. Il est constant que les marchés bifaces tels que les services d'intermédiation en ligne sont généralement caractérisés par des effets de réseau. À cet égard, les effets de réseaux indirects⁹¹ sont d'une importance capitale dans les marchés de plateforme⁹². Plus les utilisateurs consultant la plateforme sont nombreux et appartiennent au groupe cible d'acheteurs visés, plus la plateforme sera attirante pour les vendeurs professionnels ; réciproquement, plus les vendeurs professionnels publient d'annonces sur la plateforme, plus la plateforme est attractive pour les acheteurs potentiels⁹³. La Commission européenne a d'ailleurs confirmé ce point de manière générale concernant les services d'annonces classées/petites annonces⁹⁴. Afin de croître sur le marché, il est donc indispensable pour une plateforme de pouvoir attirer tant des revendeurs que des acheteurs potentiels. À l'inverse, une diminution des annonces engendrera une diminution du nombre de visites par des acheteurs potentiels puisque la

⁹¹ On parle généralement d'effets de réseau directs lorsque la valeur d'un service pour une catégorie d'utilisateurs croît lorsque le nombre d'utilisateurs de cette catégorie augmente, et d'effets de réseau indirects lorsque la valeur d'un service pour une catégorie d'utilisateurs croît lorsque que le nombre d'utilisateurs d'une autre catégorie augmente.

⁹² Commission, communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit de la concurrence de l'Union, 22 février 2024, J.O. C/2024/1645, §96 ; voir notamment par exemple Commission, décision du 20 décembre 2022, AT.40462 - *Amazon Marketplace* et AT.40703 - *Amazon Buy Box*, §90 et décision du 14 novembre 2024, AT.40684 - *Facebook Marketplace*, §§611-616.

⁹³ Commission, décision du 14 novembre 2024, AT.40684 - *Facebook Marketplace*, §871 et CMA, décision du 12 février 2019, *eBay Inc/Motors.co.uk*, §44.

⁹⁴ Commission, décision du 14 novembre 2024, AT.40684 - *Facebook Marketplace*, §871.

plateforme sera moins intéressante pour ceux-ci, ce qui générera à son tour une baisse d'attractivité pour les vendeurs professionnels, et donc une nouvelle diminution du nombre d'annonces.

139. Ce processus cumulatif est de nature à conduire à un basculement du marché en faveur d'une plateforme. Au-delà de l'offre de services aux utilisateurs, les plateformes se concurrencent ainsi essentiellement sur l'attraction et le maintien sur leur plateforme des utilisateurs sur les deux faces du marché. La gratuité d'accès à la plateforme pour les acheteurs attire un volume d'utilisateurs qui contribuent par leur trafic à valoriser la plateforme aux yeux des vendeurs qui prennent en charge les coûts de fonctionnement de la plateforme.

140. Il est également généralement accepté que les effets de réseau, notamment indirects entre les différentes faces du marché, constituent d'importantes barrières à l'entrée dans les marchés de plateformes qui affectent de manière particulière les nouveaux entrants⁹⁵. En effet, dans ces circonstances, afin de croître sur le marché, un nouvel entrant doit atteindre une taille suffisante des deux côtés du marché, en attirant tant des acheteurs potentiels que des revendeurs. La Commission a confirmé qu'aux fins de pouvoir concurrencer efficacement les acteurs existants en matière d'annonces classées, un fournisseur doit être en mesure d'acquérir une "masse critique" d'acheteurs et de vendeurs⁹⁶.

141. Le degré d'attractivité d'une plateforme se mesure au nombre d'utilisateurs sur chaque versant. Pour les acheteurs potentiels, les facteurs déterminants sont la visibilité de la plateforme, sa facilité d'utilisation et la probabilité de réaliser une transaction. Pour les vendeurs, le choix de publier sur une plateforme dépend du nombre de visiteurs de la plateforme, de son coût d'utilisation et de la probabilité de réaliser une transaction.

142. Pour maximiser la probabilité de réaliser une transaction, tant les vendeurs que les acheteurs sont incités à utiliser de multiples plateformes ce qui accroît la concurrence entre plateformes. Toutefois, même si le multihoming réduit l'importance des effets de réseau indirects, il n'en reste pas moins, qu'il reste difficile pour les petits acteurs d'attirer un trafic suffisant pour générer le nombre de *leads* recherché par les vendeurs⁹⁷. De plus, cette pratique, dite de multihoming qui est bénéfique à la concurrence, sera freinée en cas de coût de transfert entre plateformes pour les utilisateurs, ce qui peut conduire un opérateur de plateforme à développer des stratégies visant à freiner cette migration des utilisateurs entre plateformes.

143. L'impact de pratiques anticoncurrentielles affectant les nouveaux entrants dans les marchés caractérisés par des effets de réseaux est significativement documentée par la littérature économique⁹⁸. Il apparaît, entre autres, que ces pratiques anticoncurrentielles seraient particulièrement efficaces pendant la phase initiale de croissance d'une plateforme.

⁹⁵ Voir Commission, décision du 25 septembre 2023, M.10615 – *Booking Holding/Etraveli Group*, §120. CMA, décision du 12 février 2019, *eBay Inc/Motors.co.uk*, §105.

⁹⁶ Commission, décision du 14 novembre 2024, AT.40684 - *Facebook Marketplace*, §§982 et suivants.

⁹⁷ Voir CMA, décision du 12 février 2019, *eBay Inc/Motors.co.uk*, §105.

⁹⁸ Oliver Latham et Chara Tzanetaki (2022), « R you being foreclosed? », *European Competition Journal*, 18 : 2, 328-355, <https://doi.org/10.1080/17441056.2021.2002588> ; Evans, David S. et Schmalensee, Richard (2010), « Failure to Launch : Critical Mass in Platform Businesses », *Review of Network Economics* : Vol. 9 : Iss. 4, Article 1. Les conclusions de ces deux articles suggèrent ainsi que dans le contexte de marchés bifaces, une masse critique est nécessaire pour qu'un acteur puisse efficacement entrer et se développer, et qu'une plateforme historique peut avoir des incitations à évincer les nouveaux entrants.

<https://www.researchgate.net/publication/227379197> Failure to Launch Critical Mass in Platform Businesses.

Importance du trafic

144. Le succès d'une plateforme dépend en grande partie de la quantité et de la qualité du trafic qu'elle génère⁹⁹. Or, le trafic direct (url) et le trafic gratuit (moteurs de recherche) – c'est-à-dire ceux qui n'ont pas été générés par des dépenses – sont influencés notamment par le volume d'annonces et les effets de réseau. La notoriété d'une plateforme qui lui génère une proportion significative de trafic gratuit va faire bénéficier cette plateforme d'une structure de coûts plus favorable.

145. En outre, le trafic augmente la capacité à générer des revenus, en l'occurrence en faisant payer pour publier des annonces publiées. Cela augmente la capacité d'investissements, notamment dans la qualité des services. Enfin, un trafic plus important peut permettre de mieux appréhender les besoins et souhaits des clients, et à développer des produits en adéquation avec ceux-ci¹⁰⁰.

146. En conclusion, les spécificités des plateformes d'intermédiation conduisent à une dynamique concurrentielle particulière mettant en exergue l'importance, d'une part, des stratégies d'acquisition et de maintien des utilisateurs sur chaque plateforme et d'autre part de l'interopérabilité entre plateformes pour contrer le processus de basculement éventuel du marché en faveur d'une plateforme déterminée.

V.2.2 Infraction prima facie à l'article 102 TFUE et IV.2 CDE

147. Le Collège de la concurrence ne peut imposer des mesures provisoires que lorsque les faits présentés peuvent, à première vue, *prima facie*, être qualifiés d'infraction.¹⁰¹ Pour établir une violation *prima facie*, il doit être démontré qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer que les faits pourraient constituer une violation des règles de concurrence¹⁰².

V.2.2.a Entreprise

148. Les parties ne discutent pas la question de la notion d'entreprises.

149. Le Collège considère qu'il est constant que TCS et AutoScout24 sont des entreprises au sens du droit de la concurrence.

V.2.2.b Marchés pertinents

i) Position des parties

Marché de produit

150. La Requérante définit le marché de produit pertinent comme étant celui des services de publication d'annonces pour les véhicules d'occasion sur des plateformes en ligne ouvertes aux revendeurs professionnels¹⁰³. La Requérante considère que les annonces en ligne sont différentes des annonces hors ligne, au vu de leur capacité à cibler un large public, des possibilités d'interaction immédiate et de la mise à jour rapide des informations¹⁰⁴. La Requérante ajoute que les services de publication d'annonces

⁹⁹ Commission, décision du 14 novembre 2024, AT.40684 - *Facebook Marketplace*, §871.

¹⁰⁰ Voir par exemple, Commission, décision du 27 juin 2017, AT.39740 - *Google Search (Shopping)*, §§446, 448 et 449.

¹⁰¹ ABC, décision BMA-2014-V/M-14 du 11 juillet 2014, affaire MEDE-V/M-14/0014, Ets. Claude Feltz N.V. t. BMW Belgium Luxembourg N.V. ("Feltz I"), §29; ABC, Décision BMA-2022-RPR-32 du 20 septembre 2022, affaire MEDE-RPR-22/0004 Duivenklokken ("Duivenklokken"), §62.

¹⁰² CA Bruxelles, arrêt du 28 avril 2016, affaire 2015/MR/1, *FEI c. ABC.*, §41; ABC, décision ABC-2023-RPR-17 du 21 juin 2023, affaire CONC-RPR-23/0002, Proximus/EDPnet ("EDPnet"), §95; ABC, décision nr. ABC-2020-V/M-26 du 2 juillet 2020, affaire CONC-VM-20/0017, Foodinvest/Pro League en U.R.B.S.F.A. ("Foodinvest"), §47.

¹⁰³ Requête, §95.

¹⁰⁴ Requête, §99.

automobiles relèvent de la catégorie de publicité type « petites annonces », qui a été considérée comme distincte des autres types de publicité en ligne¹⁰⁵.

151. La Requérante considère que le marché pour les annonces automobiles est un marché distinct de celui des services de publication d'annonces pour d'autres produits qui ne sont pas substituables du point de vue des annonceurs et des consommateurs¹⁰⁶. De même, ce marché doit être différencié du marché pour les services d'annonces pour les véhicules neufs, qui constituent un produit différent, généralement plus cher, et vendu par des acteurs différents¹⁰⁷.

152. Enfin, la Requérante considère que le marché doit être limité aux plateformes ouvertes à l'ensemble des revendeurs professionnels, à l'exclusion sites des revendeurs professionnels¹⁰⁸, des plateformes spécialisées en vente C2C (par exemple Facebook Marketplace), ou des plateformes ouvertes uniquement aux membres d'un réseau¹⁰⁹.

153. La Requérante estime enfin que le marché de (i) la publication et (ii) la consultation des annonces constitue un seul marché biface en raison de l'interdépendance entre les deux faces du marché¹¹⁰.

154. La Défenderesse conteste la définition de marché retenue par la Requérante. Tout d'abord, il n'y aurait aucune raison de distinguer les véhicules d'occasion des véhicules neufs s'agissant de publicité automobile en ligne¹¹¹. En effet, les annonces pour les deux types de véhicules seraient publiées sur les mêmes plateformes en utilisant les mêmes interfaces et outils. Il y aurait donc substituabilité entre les services de publicité pour les deux types de véhicules. Ensuite, il n'y aurait pas lieu de différencier les plateformes réservées aux non-professionnels de celles réservées à certains réseaux professionnels (notamment spécifiques à une marque)¹¹². En effet, ces plateformes seraient consultées par tous les acteurs potentiels (consommateurs et professionnels), au même titre que les autres. Les plateformes orientées vers les particuliers fournissent également des services de publicité en ligne pour des véhicules, et leurs aspects plus simples ne justifieraient pas de les exclure du marché pertinent. Il faudrait donc également inclure des places de marché telles que Facebook Marketplace ou les plateformes C2C dans la définition du marché pertinent.

Marché géographique

155. La Requérante considère que le marché géographique pertinent en l'espèce est national, en raison (i) de la nécessité de publier les annonces dans les langues nationales, (ii) de l'importance de la proximité géographique entre l'acheteur et le revendeur et (iii) des contraintes réglementaires applicables à la vente de véhicules¹¹³.

156. La Défenderesse ne conteste pas la portée nationale du marché pertinent, quelle que soit sa définition.

¹⁰⁵ Requête, §101.

¹⁰⁶ Requête, §96.

¹⁰⁷ Requête, §§97 et 98.

¹⁰⁸ Requête, §§103-104.

¹⁰⁹ Requête, §§105-107.

¹¹⁰ Requête, §§108-115.

¹¹¹ Observations d'AutoScout24, §§53s.

¹¹² Observations d'AutoScout24, §§61-65.

¹¹³ Requête, §§117-123.

ii) Appréciation du Collège

Marché de produit

157. L’Autorité n’a jamais eu à définir le(s) marché(s) pertinent(s) dans le secteur des services d’intermédiation en ligne pour la vente de véhicules.
158. Le Collège approuve, *prima facie*, la définition de marché proposée par la Requérante, à savoir le marché des services de publication d’annonces pour les véhicules d’occasion sur des plateformes en ligne ouvertes aux revendeurs professionnels.
159. Le Collège juge raisonnable de considérer *prima facie* que le marché en cause est un marché biface unique dont l’objet est l’intermédiation entre revendeurs et acheteurs de véhicules d’occasion¹¹⁴. De fait, il n’y a pas de différence significative dans les possibilités de substitution sur les différentes faces de la plateforme¹¹⁵. Le Collège s’accorde avec la Requérante et l’auditeur sur le fait que les deux faces du marché doivent nécessairement être présentes et ne sont donc pas divisibles. Ensuite, ce type de plateforme repose sur des effets de réseau importants générant une interdépendance entre les revendeurs et les acheteurs (voir section V.2.1). Le Collège note d’ailleurs que cette approche en matière de plateformes d’intermédiation pour la vente de biens immobiliers est conforme à la pratique décisionnelle des autorités de concurrence¹¹⁶.
160. Concernant la délimitation précise du marché, le Collège fait les constatations *prima facie* suivantes en tenant compte également des observations de l’auditeur à cet effet¹¹⁷.
161. **Premièrement**, le Collège considère à ce stade que le marché est spécifique aux annonces en ligne, à l’exclusion des équivalents hors ligne. Les services d’intermédiation proposés dans le cadre de la publication en ligne d’annonces pour des véhicules d’occasion forment un marché distinct de celui des services équivalents proposés hors environnement numérique, tels que les annonces dans les journaux ou encore les panneaux publicitaires. Plusieurs facteurs plaident pour cette distinction. En effet, les annonces physiques ont une portée plus restreinte du point de vue géographique, présentent un contenu plus réduit et ne sont pas mises à jour quotidiennement comme les annonces sur les portails en ligne¹¹⁸.
162. **Deuxièmement**, le Collège considère à ce stade que le marché est spécifique aux petites annonces (ou annonces classées), à l’exclusion des autres formes de publicité en ligne. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence sépare traditionnellement les petites annonces (ou annonces classées), la publicité liée à la recherche (sur un moteur de recherche en ligne) et la publicité non liée à la recherche

¹¹⁴ Voir en ce sens : Commission, décision du 25 septembre 2023, M.10615 – *Booking Holding/Etraveli Group*, §§ 118 à 121 sur le marché unique biface des agences de voyage en ligne.

¹¹⁵ Commission, communication sur la définition du marché en cause aux fins du droit de la concurrence de l’Union, 22 février 2024, *J.O. C/2024/1645*, §95.

¹¹⁶ Bundeskartellamt, décision B6 - 39/15 du 20 avril 2015, plateformes immobilières en ligne. Le Bundeskartellamt a notamment noté que dans le cas des plateformes transactionnelles il est possible de ne pas séparer les différents côtés du marché lors de la délimitation du marché. En effet, le produit d’une plateforme immobilière en ligne n’est pas divisible, mais implique toujours les deux groupes d’utilisateurs. Le produit est précisément l’activité d’intermédiaire au sens d’une mise en relation (appropriée) entre les fournisseurs et les demandeurs et requiert donc impérativement que les deux faces du marché soient en relation. De même la CMA, dans sa décision du 12 février 2019, *eBay Inc/Motors.co.uk*, §§37 et 38, considère que les Parties, actives dans la publication d’annonces pour la vente de véhicules, opèrent dans un marché biface, offrant leurs services à et se faisant concurrence pour tant les acheteurs que les vendeurs.

¹¹⁷ Observations de l’auditeur, §§60-69.

¹¹⁸ Voir en ce sens : ABC, décision ABC-2016-I/O-31-AUD du 7 novembre 2016, affaire MEDE-I/O-15/0002, *Immoweb*, §§15-19. La Commission retient également de manière constante que les services publicitaires en ligne et hors ligne relèvent de marchés distincts. Voir par exemple Commission, décision du 14 novembre 2024, AT.40684 - *Facebook Marketplace*, §345.

(la vente d'encarts sur les pages web)¹¹⁹. Les petites annonces présentent des particularités telles que le fait d'être regroupées sur un site particulier et sous une bannière indiquant le produit ou service proposé, et de permettre aux consommateurs une recherche plus fine¹²⁰.

163. **Troisièmement**, le Collège considère à ce stade que le marché est spécifique aux annonces pour véhicules d'occasion. En effet, conformément à la pratique décisionnelle de l'Autorité, la publication d'annonces pour un produit se distingue de la publication d'annonces pour des produits qui n'y sont pas substituables¹²¹. Or, selon une pratique constante, les marchés de la vente de véhicules d'occasion et neufs sont distincts¹²². Ces types de véhicules présentent des caractéristiques différentes, notamment en termes de personnalisation et de prix. De plus, ils sont vendus par des acteurs différents, qui se spécialisent dans l'un ou l'autre produit (ainsi, AutoScout24 se concentre-t-il sur la vente d'occasion¹²³). Cela a été confirmé à titre préliminaire par une décision de l'autorité de concurrence danoise¹²⁴. Quant à la question de savoir si les véhicules dits « 0km »¹²⁵, de direction ou de démonstration¹²⁶ à faible kilométrage doivent être pris en compte comme des véhicules neufs ou d'occasion, le Collège considère que ce point pourra, le cas échéant, être analysé au stade de l'instruction au fond. Cette analyse ne devrait pas affecter sensiblement l'analyse préliminaire effectuée.

164. **Quatrièmement**, le Collège considère à ce stade que le marché est spécifique aux plateformes en ligne ouvertes aux revendeurs professionnels, à l'exclusion des sites individuels des revendeurs professionnels ou des réseaux de concessionnaires qui leurs sont réservés¹²⁷. Ces derniers ne sont pas accessibles aux revendeurs indépendants qui ne sont pas membres du réseau. Ils ont, en outre, une portée géographique et une offre plus réduites¹²⁸.

165. Le fait que le marché pertinent soit un marché biface unique (v. ci-dessus) dont l'objet est l'intermédiation entre revendeurs et acheteurs mène à exclure les plateformes de vente directe (voir supra section IV.2.2). En effet, ces plateformes ne proposent pas de services d'intermédiation entre les

¹¹⁹ Voir par exemple Commission, décision du 11 mars 2008, M.4731, *Google/DoubleClick*, §§11-17.

¹²⁰ Commission, décision du 7 mars 2008, M.5051 - *APW/GMG/EMAP*, §28.

¹²¹ Par exemple, les biens immobiliers : ABC, décision nr. ABC-2016-I/O-31-AUD du 7 novembre 2016, affaire MEDE-I/O-15/0002, *Immoweb*, §§9 et suivants. Voir aussi Autorité danoise de la concurrence, décision du 23 février 2022, boycott collectif mis en œuvre par l'association des concessionnaires Peugeot, §276 à 292, dans laquelle l'autorité retient à titre préliminaire un marché pour les plateformes numériques spécialisées dans la publicité pour les voitures d'occasion (portails automobiles).

¹²² ABC, décision ABC-2022-CC-44 du 19 décembre 2022, *D'leteren / Jennes*, §§39-40.

¹²³ Une recherche rapide sur le AutoScout.be indique que les véhicules neufs représentent moins de 5 % des annonces publiées sur la plateforme. Le Rapport SPF Plateformes confirme que l'impact d'AutoScout24 concerne essentiellement le marché des véhicules d'occasion ; voir Rapport SPF Plateformes, page 83.

¹²⁴ Autorité danoise de la concurrence, décision du 23 février 2022, boycott collectif mis en œuvre par l'association des concessionnaires Peugeot, §276 à 293 (sp. §§290-293), dans laquelle l'autorité retient à titre préliminaire un marché pour les plateformes numériques spécialisées dans la publicité pour les voitures d'occasion (portails automobiles).

¹²⁵ Les véhicules « 0 km » sont des véhicules ayant été brièvement immatriculés puis désimmatriculés et rachetés par des vendeurs professionnels afin de les mettre en vente sur le marché belge. Ils ont généralement un kilométrage très faible, voire nul. Voir Requête, §7.

¹²⁶ Les véhicules de direction, ou de démonstration, sont utilisés par les garages et concessionnaires pour présenter des modèles de véhicules et/ou permettre aux clients de les tester sur route – ces véhicules peuvent être immatriculés sous plaque « marchand », sans devoir forcément procéder à une immatriculation ordinaire, ou sous une immatriculation ordinaire au nom du marchand. AutoScout24, site internet, voiture de démonstration, <https://www.autoscout24.be/fr/voiture/demonstration/>, consulté le 28-04-2026.

¹²⁷ En matière d'annonces immobilières en ligne, l'AdIC a également considéré que le marché devait être segmenté notamment entre les portails de petites annonces immobilières et les sites internet de professionnels de l'immobilier. AdIC, décision 18-DCC-18 du 1er février 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Concept Multimédia par le groupe Axel Springer, §§33s et §§43s.

¹²⁸ À titre d'exemple, myway, une des plus grosses plateformes de concessionnaires, ne compte qu'environ 5 000 annonces contre plus de 100 000 sur AutoScout24.

revendeurs qui choisissent où publier leurs annonces, et les acheteurs potentiels de véhicules d'occasion. Elles ont pour objectif la vente directe de leur stock de véhicules d'occasion.

166. **Cinquièmement**, le Collège considère à ce stade que le marché ne comprend pas les plateformes liées à un réseau social telles que Facebook marketplace. En effet, celles-ci sont généralement réservées aux non-professionnels¹²⁹, lesquels n'y vendent que de manière ponctuelle. En outre, les services offerts par celles-ci n'apparaissent pas substituables à ceux offerts par AutoScout24 au vu des options de filtrage limitées¹³⁰ et de l'absence de standardisation des informations relatives au produit¹³¹. L'affirmation d'AutoScout24 selon laquelle les revendeurs professionnels peuvent transférer leur demande d'une plateforme à l'autre, "*et le font effectivement*" n'est pas documentée, ni dans son principe, ni dans son ampleur¹³². Enfin, le Collège constate que, contrairement aux dires d'AutoScout24 en audience, Facebook marketplace n'est plus qualifiée de *platform market service* au sens du *Digital Market Act* au vu de l'évolution de la politique de Meta pour empêcher la présence de professionnels sur cette plateforme¹³³.

167. **Sixièmement**, le Collège considère à ce stade, à l'instar de l'auditeur¹³⁴, que le marché comprend tant les plateformes spécialisées que les plateformes généralistes qui présentent un nombre important d'annonces pour des véhicules automobiles¹³⁵. Il apparaîtrait en effet réducteur de considérer qu'une plateforme comme 2ememain.be ne serait pas en concurrence avec AutoScout24 alors qu'elle présente dans sa catégorie Autos un grand nombre d'annonces automobiles, dont certaines sont publiées par des professionnels¹³⁶. Elle présente en outre des possibilités de filtrage qui apparaissent similaires à celles des plateformes spécialisées¹³⁷. AutoScout24 semble par ailleurs elle-même considérer 2ememain.be comme son principal concurrent¹³⁸.

168. **Septièmement**, le Collège considère à ce stade que le marché ne comprend pas les sites éditoriaux de magazines automobiles tels qu'AutoGids ou Autotrends. Ceux-ci présentent des caractéristiques

¹²⁹ https://www.facebook.com/policies_center/commerce : « Facebook Marketplace a été conçue pour les ventes entre consommateur-ices. Les entreprises et les individus agissant dans le cadre d'une activité professionnelle ou commerciale dans l'Espace économique européen (EEE), aux Philippines et en Inde, peuvent faire l'objet de restrictions, notamment d'une suspension de l'accès à Marketplace et/ou d'une suppression de leurs annonces Marketplace en cas de tentative de vente sur cette plateforme. », consulté le 28-04-2026.

¹³⁰ À titre d'exemple, une recherche sur le site de Facebook Marketplace révèle que les seules options de filtrage disponibles sont la date de publication, la zone géographique, le prix, l'état et la disponibilité.

¹³¹ À titre d'exemple, certaines annonces indiquent uniquement « 2010 Volkswagen polo €5,000. Véhicule en très bon état roule très bien, les jantes en aluminium en parfait état, elles sont neuves. » Facebook Marketplace, annonce consultée le 24-03-2026, ici : https://www.facebook.com/marketplace/item/1404008608027912/?ref=search&referral_code=null&referral_story_type=post&tracking=browse_serp%3Ad82190e5-4986-4fa3-a3c2-b3eaa1e7729a.

¹³² Observations d'AutoScout24, §62. Incidemment, le Collège observe aussi qu'AutoScout24 note elle-même dans son rapport annuel que « Facebook Marketplace ou Google Vehicle Ads peuvent constituer une menace à long terme mais plus que probablement pour notre principal concurrent 2ememain.be » (soulignement ajouté), voir p. 35 des comptes annuels 2025 d'AutoScout24.

¹³³ "La Commission (...) a constaté que Marketplace comptait moins de 10 000 entreprises utilisatrices en 2024. Meta n'atteint donc plus le seuil pertinent, ce qui laisse présumer que Marketplace est une passerelle importante permettant aux entreprises utilisatrices d'atteindre les utilisateurs finaux". Communiqué de presse de la Commission, *La Commission conclut qu'Apple et Meta enfreignent la législation sur les marchés numériques*, 23 avril 2025 (<https://digital-strategy.ec.europa.eu/fr/news/commission-finds-apple-and-meta-breach-digital-markets-act>).

¹³⁴ Observations de l'auditeur, §67.

¹³⁵ ABC, décision [ABC-2016-I/O-31-AUD](#) du 7 novembre 2016, affaire MEDE-I/O-15/0002, *Immoweb*, §§9-19, dans laquelle l'Autorité a retenu préliminairement un marché des portails en ligne exclusivement immobiliers ainsi que les portails en ligne comprenant une offre importante de biens immobiliers.

¹³⁶ Une recherche simple sur le site 2ememain.be affiche près de 49 652 annonces pour des véhicules vendus par des professionnels en date du 18 mars 2026, correspondant à plus de la moitié du total d'annonces pour des véhicules automobiles, à savoir 97 403 annonces.

¹³⁷ Le site 2ememain.be permet de filtrer selon des critères très précis similaires à ceux de la plateforme AutoScout24.be tels que le nombre de portes, la puissance du véhicule, la garantie ou encore le type de boîte de vitesse.

¹³⁸ Observations d'AutoScout24, §§61 à 65.

différentes de celles des plateformes comme celle d'Autoscout24 ou de la Requérante. Les annonces y sont publiées pour un temps réduit¹³⁹, leurs options de filtrage sont limitées et leur modèle économique est basé sur la vente d'abonnement au contenu digital et d'espaces publicitaires. Cette analyse est conforme à la pratique décisionnelle française¹⁴⁰. En tout état de cause, les estimations de parts de marché présentées ci-dessous montrent que les parts de marchés d'AutoGids et AutoTrends ne seraient pas de nature à changer les résultats de l'analyse qui suit (cf. paras. 209 et suivants).

169. Pour le reste, le Collège note qu'il n'est pas nécessaire à ce stade de se prononcer sur d'autres segmentations. Par exemple :

- a. le marché pourrait être segmenté selon le type d'annonceurs, professionnel ou particulier¹⁴¹, en raison (i) des exigences légales applicables spécifiquement aux revendeurs professionnels¹⁴², (ii) des différences en termes de fréquence de publication d'annonces entre particuliers et professionnels, et (iii) de la différence de tarifs appliqués (services généralement gratuits pour les particuliers et payants pour les professionnels). Le Collège note en outre que l'ensemble des pratiques soulevées dans la Requête ne concerne – et ne semble affecter négativement – que l'utilisation de la plateforme par les revendeurs professionnels (B2C).
- b. le marché pourrait inclure les services d'annonces pour véhicules utilitaires légers. L'Autorité a précédemment laissé ouverte la question de la segmentation du marché entre ces types de produits en matière de distribution au détail de véhicules automobiles¹⁴³.

170. Le Collège considère qu'en l'espèce, ces potentielles segmentations ne remettraient pas en cause l'analyse préliminaire présentée dans les sections suivantes. D'une part, se limiter aux revendeurs professionnels augmenterait probablement la part de marché d'AutoScout24 du fait de la moindre proportion d'annonces de particuliers sur les autres plateformes qui s'adressent principalement (Gocar, voir para. 38) ou exclusivement (comme TCS, voir para. 41) aux vendeurs professionnels. En effet, la Requérante explique qu'en extrapolant les chiffres disponibles sur le site d'AutoScout24, on peut estimer qu'environ 65% des véhicules publiés sur les plateformes en ligne spécialisées dans les véhicules d'occasion viennent de revendeurs professionnels et 35% de particuliers.¹⁴⁴ D'autre part, inclure les

¹³⁹ Les annonces ne restent visibles sur le site que pendant une durée de 30 jours. Voir *Moniteur Automobile, vendre sa voiture d'occasion*, disponible ici : <https://www.moniteurautomobile.be/stocks-occasions-auto/publier-annonce-gratuite.html>, consulté le 28-04-2026.

¹⁴⁰ L'AldC a précédemment considéré que les sites éditoriaux, qui constituent le prolongement de la version papier des titres de presse (ou « sites compagnons »), forment un marché distinct des sites dédiés à des thèmes spécifiques tels que les sites de petites annonces. Voir notamment décision 20-DCC-09 du 17 janvier 2020 de l'Autorité de la concurrence relative à la prise de contrôle exclusif de la société Groupe Nice-Matin par la société NJJ, §21. Voir également : AdIC, avis n° 07-A-09 du 2 août 2007 relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Delaroche par la société L'Est Républicain et la Banque Fédérative, §51 (sur le modèle économique).

¹⁴¹ L'auditeur note dans ses observations que l'autorité de la concurrence hongroise a précédemment retenu un marché de la fourniture de services de petites annonces en ligne spécialisés dans les annonces automobiles aux utilisateurs professionnels (Autorité de la concurrence hongroise, décision du 21 octobre 2025, [VJ/35/2021, Hasznalauto.hu](#), §§278 et suivants).

¹⁴² En effet, un vendeur professionnel est tenu de communiquer un certain nombre d'informations précontractuelles et d'offrir à minima une garantie du véhicule de 12 mois. Voir notamment la Loi CarPass et le livre VI du CDE.

¹⁴³ ABC, décision [ABC-2022-CC-44](#) du 19 décembre 2022, affaire CONC-CC-22/0015, *D'Ieteren/Jennes*, §41.

¹⁴⁴ Requête, §11 et note infra 8 : « Ce pourcentage correspond à celui constaté en moyenne sur le site d'AutoScout24 durant les années 2024-2025 ».

véhicules utilitaires aurait peu de chance de modifier l'analyse. Ils représentent en général un faible volume de vente en Belgique¹⁴⁵ et semblent représenter une portion minime des annonces en ligne¹⁴⁶.

Marché géographique

171. Le Collège considère de manière préliminaire que le marché pertinent est le marché belge pour les raisons suivantes.

172. **Premièrement**, les annonces publiées sur les plateformes d'intermédiation sont adaptées au public de chaque pays, notamment en adoptant la ou les langue(s) du pays cible. Ainsi, AutoScout24.be est disponible en français et en néerlandais, tandis que AutoScout24.de est disponible en Allemagne et proposée en allemand.

173. **Deuxièmement**, la dynamique concurrentielle diffère selon le pays cible. Si un groupe comme Groupe AutoScout24 est présent dans plusieurs pays européens, d'autres acteurs sont purement nationaux. Ainsi, la plateforme de la Requête ou Vroom sont exclusivement présentes en Belgique. De même, le Groupe AutoScout24 a lancé en 2021 Smyle, une plateforme d'e-commerce de vente de véhicules d'occasion en Allemagne, laquelle n'est pas disponible en Belgique¹⁴⁷. Il y aurait également des différences importantes en termes de tarifs selon le pays cible¹⁴⁸.

174. **Troisièmement**, la réglementation relative à la vente de véhicules diffère selon les pays. Par exemple, la réglementation belge exige que le revendeur professionnel fournisse un document Car-Pass lors de la vente du véhicule d'occasion¹⁴⁹.

175. **Quatrièmement**, on peut noter qu'en pratique, le commerce de véhicules requiert une certaine proximité géographique entre le revendeur et l'acheteur pour la réception du véhicule et la conclusion du contrat. Cela limite naturellement les ventes à l'étranger.

iii) Conclusion sur la définition de marché

176. Le Collège estime qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer *prima facie* que le marché pertinent en l'espèce est le marché belge des services de publication d'annonces pour les véhicules d'occasion sur des plateformes en ligne ouvertes aux revendeurs professionnels.

177. Au vu des informations disponibles à ce stade, le Collège considère que les plateformes suivantes semblent *prima facie* actives sur ce marché : AutoScout24.be, Gocar.be, Touring CarSelect , Vroom.be et 2ememain.be.

¹⁴⁵ Selon la Febiac, les voitures représentent plus de 85% des immatriculations en Belgique en 2024 (VUL :

[https://www.febiac.be/sites/default/files/media/file/2025-](https://www.febiac.be/sites/default/files/media/file/2025-09/II.C.4.%20Immatriculations%20v%C3%A9hicules%20utilitaires%20I%C3%A9gers%20par%20marque%202019-2024.xls)

[09/II.C.4.%20Immatriculations%20v%C3%A9hicules%20utilitaires%20I%C3%A9gers%20par%20marque%202019-2024.xls](https://www.febiac.be/sites/default/files/media/file/2025-09/II.C.4.%20Immatriculations%20v%C3%A9hicules%20utilitaires%20I%C3%A9gers%20par%20marque%202019-2024.xls); voitures :

https://www.google.com/url?sa=t&rct=j&q=&esrc=s&source=web&cd=&cad=rja&uact=8&ved=2ahUKewjMoqf_55CUAxUPOPsDHSS5Gb0QFnoECAwQAQ&url=https%3A%2F%2Fwww.febiac.be%2Ffr%2Fnews%2Fanalyse-du-marche-automobile-belge-en-2024&usg=AOvVaw0T7x6PH2PER-WkqOEDW025&opi=89978449).

¹⁴⁶ À titre d'exemple, une recherche rapide sur AutoScout24.be effectuée le 23-03-2026 permet de constater que la plateforme propose environ 8 000 annonces pour des véhicules utilitaires légers. TCS propose environ 400 annonces pour des véhicules utilitaires légers.

¹⁴⁷ Rapport SPF plateforme, p. 100.

¹⁴⁸ Requête, pièce B.6, Vincent Legraive, « Ça devient du racket » : AutoScout24 facture ses services beaucoup plus cher en Belgique qu'aux Pays-Bas, les revendeurs vont augmenter le prix des voitures », *RTL Info*, 9 décembre 2025, également accessible ici : <https://www.rtl.be/actu/belgique/economie/ca-devient-du-racket-autoscout24-facture-ses-services-beaucoup-plus-cher-en/2025-12-09/article/772924>.

¹⁴⁹ Loi du 11 juin 2004 relative à l'information à fournir lors de la vente de véhicules d'occasion telle que modifiée, *M.B.*, 5 juillet 2024.

V.2.2.c Position dominante

178. La position dominante est une position de puissance économique détenue par une entreprise qui lui donne le pouvoir de faire obstacle au maintien d'une concurrence effective sur le marché en cause en lui donnant la capacité de se comporter dans une mesure appréciable indépendamment de ses concurrents, de ses clients et, en fin de compte, des consommateurs¹⁵⁰. Une position dominante doit s'évaluer au regard d'un marché géographique et de produits préalablement identifié.

179. En règle générale, une position dominante résulte d'une combinaison de plusieurs facteurs qui, pris séparément, ne sont pas nécessairement déterminants¹⁵¹. L'appréciation de l'existence d'une position dominante tient compte de la structure concurrentielle du marché, et notamment de (i) la position de l'entreprise et de ses concurrents sur le marché, (ii) la puissance d'achat compensatrice et (iii) les barrières à l'expansion ou à l'entrée de nouveaux acteurs¹⁵².

180. Selon une jurisprudence constante, la possession d'une part de marché extrêmement importante dans la durée constitue, sauf circonstances exceptionnelles, une présomption de l'existence d'une position dominante, en ce qu'elle lui fournit la possibilité de comportements indépendants, caractéristiques de la position dominante¹⁵³. La Cour de justice de l'Union européenne (ci-après « CJUE ») a eu l'occasion de préciser à ce sujet que des parts de marché de plus de 50 % constituent des parts de marché extrêmement élevées¹⁵⁴, et que des parts de marché de 70 % à 80 % sont une indication claire d'une présomption d'une position dominante¹⁵⁵.

181. La capacité d'une entreprise à augmenter ses prix de manière rentable au-delà d'un niveau de prix concurrentiel pendant une longue période est considérée comme un indicateur de dominance¹⁵⁶.

182. En outre, la pratique montre que les effets de réseau indirects sur les marchés biface, constituent d'importantes barrières à l'entrée dans les marchés de plateformes. Ceux-ci peuvent créer un basculement en faveur de l'opérateur le plus important dont la part de marché devient difficilement contestable ("*market tipping*"). Afin de renverser la tendance, les nouveaux entrants doivent atteindre une taille critique sans laquelle ils ne pourront pérenniser leur présence sur le marché (voir **Erreur ! Source du renvoi introuvable.** section V.2.1).

i) Position de la Requérante

Parts de marché

183. La Requérante utilise plusieurs indicateurs pour estimer les parts de marché des différents opérateurs présents sur le marché – à savoir (i) le nombre d'annonces publiées, (ii) le nombre de visites sur chaque

¹⁵⁰ CJUE, arrêt du 14 février 1978, affaire C-27/76, *United Brands*, §65.

¹⁵¹ Communication de la Commission, Orientations sur les priorités retenues par la Commission pour l'application de l'article 82 du traité CE aux pratiques d'éviction abusives des entreprises dominantes, 24 février 2009, *J.O. C45/7* (ci-après « Orientations 102 TFUE »), §10.

¹⁵² *Ibid.*, §12.

¹⁵³ CJUE, arrêt du 13 février 1979, affaire C-85/76, *Hoffmann-La Roche & Co. AG*, §41 et CJUE, arrêt du 6 décembre 2012, affaire C-457/10 P, *AstraZeneca*, §176.

¹⁵⁴ CJUE, arrêt du 3 juillet 1991, affaire C-62/86, *Akzo*, §60 et Tribunal de première instance I de l'Union européenne (ci-après « TUE »), arrêt du 29 mars 2012, affaire T-336/07, *Telefónica*, §150

¹⁵⁵ TUE, arrêt du 12 décembre 1991, affaire T-30/89, *Hilti*, §92.

¹⁵⁶ Communication de la Commission, Orientations sur les priorités retenues par la Commission pour l'application de l'article 82 du traité CE aux pratiques d'éviction abusives des entreprises dominantes, 24 février 2009, §11.

plateforme, et (iii) les revenus générés par les annonces. Selon la Requête, la part de marché d'AutoScout24 serait supérieure à 50 % peu importe l'indicateur utilisé¹⁵⁷.

184. Tout d'abord, AutoScout24 publierait sur sa plateforme 70,5 % du total des annonces pour des véhicules d'occasion publiées par des particuliers et des professionnels sur les plateformes en ligne tandis que 2ememain.be en publierait 60 %¹⁵⁸. La Requête note d'ailleurs qu'AutoScout24 déclare que « 90 % des véhicules d'occasion mis en vente sur le marché sont publiés sur la plateforme AutoScout24 »¹⁵⁹. De plus, comme expliqué en section IV.4.1, AutoScout24 a des accords d'exportation de données avec certaines plateformes. Ainsi, les parts de marché des concurrents bénéficiant de cet accord devraient être relativisées puisqu'une grande partie des annonces qu'ils publient proviendraient de cette exportation¹⁶⁰.

185. Ensuite, en termes de trafic, AutoScout24.be représenterait selon l'Etude du SPF Economie citée par la Requête, 47 % des visites de plateforme B2C et C2C en 2022 contre 18,2 % pour 2ememain.be en deuxième position¹⁶¹. Selon la Requête, ces chiffres seraient toujours valables en l'absence de développement économique et technique sur le marché depuis. La Requête soutient que la position d'AutoScout24 se serait même renforcée compte tenu de sa popularité croissante¹⁶².

186. Enfin, la part de marché en termes de chiffre d'affaires généré par les annonces publiées sur AutoScout24 serait supérieure à 79 %. À cet égard, La Requête présente plusieurs méthodes de calcul basées sur les comptes annuels publiés à la Banque nationale pour les années 2023 et 2024¹⁶³ ainsi qu'une estimation des revenus générés par ces plateformes pour les services de publication d'annonces fondée sur une multiplication du nombre d'annonces publiées par la moyenne des tarifs appliqués par cette plateforme¹⁶⁴.

Barrières à l'entrée et à l'expansion

187. Selon la Requête, de nombreuses barrières à l'entrée renforcent la position d'AutoScout24.

188. Tout d'abord, l'existence d'effets de réseau renforcerait considérablement le pouvoir de marché d'AutoScout24¹⁶⁵. La Requête indique qu'AutoScout24.be est la plateforme principale en Belgique depuis de nombreuses années. Elle attirerait la majorité des revendeurs, ce qui renforcerait son attrait pour les acheteurs potentiels. L'augmentation du nombre d'acheteurs augmenterait à son tour l'attractivité de la plateforme pour les revendeurs. Or, pour entrer sur le marché, les plateformes doivent générer un trafic et obtenir un nombre d'annonces publiées suffisant pour attirer d'une part, les revendeurs et d'autre part, les acheteurs potentiels. Ces effets de réseau constitueraient donc une barrière à l'entrée et à l'expansion de plateformes concurrentes telle que Touring CarSelect .

¹⁵⁷ Requête, §§127 à 129.

¹⁵⁸ Requête, §133.

¹⁵⁹ AutoScout24, « Le marché belge de l'occasion enregistre son meilleur résultat depuis 2006 », 6 janvier 2026, <https://www.autoscout24.be/fr/entreprise/statistiques/le-marche-belge-de-l-occasion-enregistre-son-meilleur-resultat-depuis-2006/>, consulté le 28-04-2026. Requête, §136.

¹⁶⁰ Requête, §§137 et 138.

¹⁶¹ Rapport du SPF Plateformes, p. 39.

¹⁶² Requête, §§142-143.

¹⁶³ Voir Requête, §§147-150. La Requête se fonde sur une estimation de chiffre d'affaires en ce qui concerne 2ememain.be.

¹⁶⁴ Requête, §§151-153.

¹⁶⁵ Requête, §§156 et 159.

189. Ensuite, la Requérante explique qu'un nouvel entrant devrait supporter des coûts importants afin de générer du trafic vers sa plateforme, notamment en termes de dépenses publicitaires, alors que AutoScout24 bénéficie d'un trafic majoritairement gratuit, organique (référencement favorable) ou direct, en raison de sa notoriété et de sa position de référence sur le marché¹⁶⁶. Par contraste, la Requérante estime qu'elle dépense entre [CONFIDENTIEL] euros mensuel de frais de marketing¹⁶⁷.

190. Enfin, la notoriété et la puissance financière d'AutoScout24 renforceraient encore davantage sa position sur le marché¹⁶⁸.

Absence de contre-pouvoir des acheteurs

191. Selon la Requérante, la plupart des revendeurs professionnels ne disposeraient pas d'un pouvoir de marché permettant de contrebalancer celui d'AutoScout24 en raison de son caractère incontournable pour leur visibilité. Cela serait démontré par l'augmentation continue et importante des tarifs pratiqués par AutoScout24. La Requérante cite à titre d'exemple l'augmentation de près de 200 % entre 2017 et 2022 du prix de l'abonnement pour 50 véhicules¹⁶⁹.

192. De plus, les limitations à la portabilité des données imposées à certains revendeurs démontreraient également la capacité d'AutoScout24 à se comporter de manière indépendante sur le marché¹⁷⁰.

ii) Position de la Défenderesse

193. La Défenderesse conteste l'affirmation selon laquelle AutoScout24 occuperait une position dominante sur le marché belge des services de publication d'annonces pour les véhicules d'occasion sur des plateformes en ligne ouvertes aux revendeurs professionnels.

194. Tout d'abord, la Défenderesse note qu'il existe de nombreuses plateformes qui sont actives, en Belgique, sur le marché tel que défini par la Requérante¹⁷¹. La Défenderesse insiste en outre sur le haut degré de multihoming des vendeurs¹⁷². L'affirmation de la Requérante selon laquelle AutoScout24 est "incontournable et que les vendeurs professionnels restent captifs sur cette plateforme" serait inexacte puisqu'AutoScout24 connaît un renouvellement important de sa clientèle et que les vendeurs professionnels peuvent poursuivre leurs activités sans publier leurs inventaires sur AutoScout24¹⁷³. Ainsi, Cardoen ne publie pas son inventaire sur AutoScout24 mais a néanmoins réussi à développer son activité.

195. La Défenderesse critique ensuite les chiffres de la Requérante et présente des calculs alternatifs des parts de marché. En termes de visites, le site 2ememain présenterait une part de marché très supérieure aux estimations de la Requérante (60% de part de marché, juste après AutoScout24 à 70,5%)¹⁷⁴. En termes d'annonces publiées, une autre estimation des annonces provenant de vendeurs professionnels montrerait AutoScout24 à 71 %, Gocar à 54 %, 2ememain à 48,5 % et AutoTrends à 31 % de part de

¹⁶⁶ Requête, §§158 et 159.

¹⁶⁷ Requête, note infra 100.

¹⁶⁸ Requête, §160.

¹⁶⁹ Requête, §§162 à 169.

¹⁷⁰ Requête, §170.

¹⁷¹ Observations d'AutoScout24, §67.

¹⁷² Observations d'AutoScout24, §68.

¹⁷³ Observations d'AutoScout24, §69 et Pièce 1 : En 2025, 846 adhésions sur 4 100 ont été résiliées. AutoScout24 a enregistré une perte de 21 % de ses adhésions en 2025.

¹⁷⁴ Observations d'AutoScout24, §73s.

marché. Cette différence de résultats viendrait de ce que la Requérante sous-estimerait le nombre réel d'annonces de Gocar et 2ememain¹⁷⁵. AutoBiz donnerait AutoScout24 premier du marché avec 53% des annonces¹⁷⁶.

196. La Défenderesse critique la méthodologie de l'auditeur pour le calcul des parts de marchés en termes de visites. Elle considère notamment que le site 2ememain a beaucoup plus de visites pour les annonces de voitures qu'initialement présenté. En effet, 27% des visites sur le site 2ememain.be se rapporteraient à la catégorie automobile¹⁷⁷.

197. Enfin, la Défenderesse conteste les estimations de parts de marché sur base du chiffre d'affaires tant de la Requérante que de l'auditeur. Notamment, 2ememain ne déclare pas son chiffre d'affaires en Belgique mais aux Pays-Bas¹⁷⁸.

198. D'une manière générale, la Défenderesse rappelle que la pratique du multi-homing empêche de conclure que les parts de marché d'AutoScout24 seraient indicatives d'un pouvoir de marché dans son chef.

iii) Appréciation du Collège

199. Le Collège considère qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer *prima facie* qu'AutoScout24 dispose d'une position dominante sur le marché belge des services de publication d'annonces pour véhicules d'occasion sur les plateformes en ligne ouvertes aux revendeurs professionnels pour les raisons développées ci-dessous.

Parts de marché

200. Dans un marché de services offerts sur une plateforme d'intermédiation, le pouvoir de marché des acteurs est lié à l'attractivité de leur plateforme pour les utilisateurs. Cette attractivité, qui se reflète dans le nombre d'utilisateurs de la plateforme, dépend du nombre et de la qualité des annonces publiées pour le versant acheteurs et du nombre de visites par des acheteurs potentiels susceptibles de conduire à une transaction pour le versant vendeurs.

201. Sur la base des informations disponibles à ce stade préliminaire, il y a lieu d'apprécier les parts de marché d'AutoScout24 et de ses concurrents à partir du nombre d'annonces publiées, du nombre de visites, et du chiffre d'affaires réalisé par les différents acteurs.

202. **Parts de marché en volume.** Le Collège considère *prima facie* que sur la base des éléments fournis par la Requérante, des informations publiques disponibles, et de la pratique décisionnelle, deux indicateurs pourraient être utilisés en l'espèce : le nombre d'annonces publiées et le nombre de visites¹⁷⁹.

203. La Requérante fournit les informations suivantes sur la taille des différentes plateformes. AutoScout24 serait le leader du marché avec 70,5 % des annonces B2C et C2C pour des véhicules

¹⁷⁵ Observations d'AutoScout24, §74, et Pièces F et K.

¹⁷⁶ Observations d'AutoScout24, §76.

¹⁷⁷ Observations d'AutoScout24, §80.

¹⁷⁸ Observations d'AutoScout24, §84.

¹⁷⁹ Voir ABC, Décision ABC-2016-I/O-31-AUD du 7 novembre 2016, affaire MEDE-I/O-15/0002, *Immoweb*, §23. Voir également Commission, décision du 27 juin 2017, aff. AT.39740, *Google Search (Shopping)*, §§276 et AdLC, décision n° 18-DCC-18 du 1er février 2018 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Concept Multimédia par le groupe Axel Springer, §215.

d'occasion publiées sur une plateforme, devant 2ememain qui en publierait 60%¹⁸⁰. Le Collège observe qu'en l'espèce, le nombre d'annonces publiées sur chaque plateforme en pourcentage du nombre total d'annonces publiées sur toutes les plateformes est révélateur avant tout de l'importance du multihoming (vu que la somme des pourcentages obtenus dépasse les 100%) plutôt qu'un indicateur fiable du pouvoir de marché. L'effet du multi-homing sur le calcul des parts de marché devra dès lors être examiné durant l'instruction au fond. Néanmoins, la déclaration d'AutoScout24 selon laquelle plus de 90 % des véhicules d'occasion feraient l'objet d'une annonce sur sa plateforme¹⁸¹ est révélatrice du pouvoir d'attraction de cette dernière.

204. La perte d'annonceurs alléguée par AutoScout24 – laquelle devrait logiquement se répercuter sur une diminution du nombre d'annonces – ne semble pas modifier les constats qui précèdent. Au demeurant, le fait que 846 adhésions sur 4100 ont été résiliées en 2025 ne dit rien du nombre d'adhésions nouvelles qui auraient été éventuellement souscrites sur la même période¹⁸².

205. Le Collège est d'avis que le nombre de visites est un critère essentiel pour mesurer l'attractivité d'une plateforme. De ce point de vue, les chiffres du Rapport SPF Plateformes (pour 2022) donnent AutoScout24 largement en tête du nombre de visites avec 47 % du trafic sur les plateformes en ligne actives sur le marché B2C et C2C des véhicules d'occasion, contre 18,2 % pour le deuxième acteur, 2ememain.be¹⁸³.

206. Le Collège estime que l'analyse complémentaire réalisée par l'auditeur sur la base des données de trafic publiées par « Similarweb »¹⁸⁴ tend à confirmer, *prima facie*, qu'AutoScout24 occupe bien une position dominante. À titre liminaire, le Collège remarque que les données de trafic de Similarweb utilisées dans l'analyse de l'auditeur sont également utilisées par la Défenderesse dans ses observations ce qui semble donc corroborer la fiabilité de cette source¹⁸⁵. Par ailleurs, à l'instar de l'auditeur, le Collège estime que les données de Similarweb fournissent une indication non déraisonnable des positions de marché relatives des différents acteurs¹⁸⁶. Dans ses Observations, l'auditeur précise que pour

¹⁸⁰ Requête, §133.

¹⁸¹ AutoScout24, « Le marché belge de l'occasion enregistre son meilleur résultat depuis 2006 », 6 janvier 2026, <https://www.autoscout24.be/fr/entreprise/statistiques/le-marche-belge-de-l-occasion-enregistre-son-meilleur-resultat-depuis-2006/>, consulté le 28-04-2026.

¹⁸² Observations d'AutoScout24, §69.

¹⁸³ Rapport SPF plateformes, p. 39.

¹⁸⁴ Similarweb (www.similarweb.com) permet d'obtenir gratuitement des informations sur le trafic d'un site internet. L'auditeur note dans ses observations (note 149) que les données disponibles gratuitement sont limitées en terme de granularité et d'historique. L'auditeur a collecté les données concernant les noms de domaines suivants : 2ememain.be, 2dehand.be, autogids.be, autoscout24.be, autotrends.be, gocar.be, moniteurautomobile.be, carselect.touring.be et vroom.be. Les données concernant les versions française et néerlandaise d'un même site ont été additionnées. Les rapports extraits de Similarweb sont communiqués en Annexes D à L des Observations de l'auditeur.

¹⁸⁵ Voir notamment Observations AutoScout24, §§38, 167

¹⁸⁶ L'auditeur a utilisé principalement les données de trafic publiées par l'entreprise en termes de nombre de visites des différents sites web pertinents en janvier et février 2026. L'auditeur note dans ses observations (note 150) que les données Similarweb présentent certaines limites, à savoir : 1) Similarweb n'indique pas la méthodologie utilisée pour collecter ces données. Malgré l'absence de cette information, l'auditeur estime qu'il est raisonnable de considérer que ces données sont collectées de la même manière pour toutes les plateformes en cause en l'espèce et permettent ainsi de fournir une estimation de la position relative de ces acteurs en termes de trafic ; 2) Les données ne sont disponibles que pour février 2026, et janvier 2026 sous réserve d'extrapolation sur la base des pourcentages de fluctuation. L'auditeur note que bien cette période soit pertinente pour l'avis en cours, les calculs de parts de marché sont traditionnellement effectués sur la base de données annuelles. En effet, si d'éventuels effets saisonniers affectaient certains acteurs plus que d'autres, les parts de marché sur ces deux mois pourraient ne pas être les mêmes que celles calculées sur des données annuelles. L'auditeur considère cependant qu'en l'espèce il est raisonnable de supposer que la saisonnalité affecterait de manière similaire les différents acteurs en cause. 3) Les données incluent également d'autres types de véhicules et non seulement les voitures. Cependant, le nombre d'annonces pour des véhicules utilitaires est marginal (voir note 112 des observations de l'auditeur). 4) Un même individu peut se rendre sur une plateforme plusieurs fois, et visiter plusieurs plateformes lors de l'achat d'une voiture. Le nombre de visites est néanmoins un indicateur de volume qui peut être mesuré facilement et fournit une donnée factuelle de volume de ventes.

2ememain.be¹⁸⁷, un pourcentage du nombre de visites proportionnel au nombre d'annonces pour des véhicules automobiles sur cette plateforme a été retenu (soit 0-5%). L'analyse est complétée par un test de robustesse retenant 10-20 % du trafic total¹⁸⁸.

207. À cet égard, le Collège note que le chiffre allégué de 27 % des visites vers la catégorie "Automobile" de 2ememain.be avancé par AutoScout24¹⁸⁹ n'est pas convaincant de prime abord. Ce chiffre est calculé par AutoScout24 en faisant le rapport entre le nombre de visiteurs mensuels de 2ememain (3.000.000) et le nombre de visiteurs de la catégorie "Automobile" de 2ememain (évalué à 800.000, sur la base de la pièce M du dossier d'AutoScout24). Or, l'auditorat a mis en lumière¹⁹⁰ que les chiffres des catégories de produits trouvés sur 2ememain doivent être lus avec précaution, dans la mesure où ce site est organisé en différentes catégories aux résultats très changeants ("Autos" ; "Autos : Divers" ; "Autos : Pièces & Accessoires"). Cette réalité peut également être constatée par la lecture d'une page accessible depuis un hyperlien qu'AutoScout24 présente en parallèle à la pièce M précitée¹⁹¹, dont il ressort que 2ememain identifie parmi "Les 10 catégories les plus populaires pour placer des annonces en 2024" les catégories qui suivent : "1. Autos : Pièces et accessoires : 8 744 282"; "2. Maisons & Chambres : 2 723 034"; "3. Autos : 1 981 396". Dès lors, le Collège estime vraisemblable que la pièce M du dossier d'AutoScout24, dans laquelle 2ememain identifie la catégorie "Automobile" comme "La catégorie la plus importante: Automobile est la principale catégorie de 2ememain", se rapporterait en fait à la catégorie "Autos: Pièces et accessoires", en sorte que le nombre de visiteurs évalué à 800.000 par mois pour cette catégorie serait non pertinent pour apprécier le nombre de visites ayant lieu chaque mois sur AutoScout24 pour la vente de véhicules.

208. Le Collège estime dès lors qu'il n'est pas *prima facie* manifestement déraisonnable de considérer comme pertinent le tableau 1, ci-dessous, élaboré par l'Auditorat dans ses observations¹⁹². Le Collège relève toutefois que le calcul des parts de marché repris dans ce tableau se base sur un marché total englobant les visites des sites d'Autogids et d'Autotrends alors que *prima facie* suivant la définition du marché pertinent retenue par le Collège, ces acteurs ne font pas partie du marché pertinent (voir para. 169).

¹⁸⁷ Similarweb permet d'obtenir une information sur le trafic global d'un site internet, mais ne permet pas d'isoler le trafic concernant certaines sections ou pages. En ce qui concerne les plateformes spécialisées, l'auditeur considère qu'il est approprié à ce stade préliminaire de prendre en compte le trafic total.

¹⁸⁸ Dans ses observations (note infra 153), l'auditeur considère que cette hypothèse est conservatrice. En effet, selon l'auditeur, 2ememain.be est une plateforme généraliste et une partie du trafic qu'elle génère n'est donc pas lié aux annonces automobiles. [CONFIDENTIEL]

¹⁸⁹ Observation d'AutoScout24, §80, note de bas de page n°67.

¹⁹⁰ Observations Auditorat, note 153 et annexe B.

¹⁹¹ Observations d'AutoScout24, note 67 : https://www.2ememain-presse.be/2ememain-fait-le-bilan-de-2024-3-millions-de-visiteurs-mensuels-et-30-millions-de-petites-annonces/?utm_source=chatgpt.com

¹⁹² Observations Auditeur, §94.

Tableau 1 – Estimation des parts de marché des différents acteurs en termes de nombre de visites, janvier-février 2026

Nom de la plateforme	Scénario de base, incluant [0-5]% des visites de 2ememain.be		Test de robustesse, incluant [10-20]% des visites de 2ememain.be	
	Nombre de visites	Part de marché	Nombre de visites	Part de marché
autoscout24.be	[CONFIDENTIEL]	68,1%	[CONFIDENTIEL]	52,4%
2ememain.be/2dehands.be	[CONFIDENTIEL]	3,3%	[CONFIDENTIEL]	25,6%
gocar.be	[CONFIDENTIEL]	11,9%	[CONFIDENTIEL]	9,2%
autogids.be	[CONFIDENTIEL]	10,8%	[CONFIDENTIEL]	8,3%
vroom.be	[CONFIDENTIEL]	4,6%	[CONFIDENTIEL]	3,6%
carselect.touring.be	[CONFIDENTIEL]	1,0%	[CONFIDENTIEL]	0,8%
autotrends.be ¹⁹³	[CONFIDENTIEL]	0,3%	[CONFIDENTIEL]	0,2%
TOTAL MARCHÉ	[CONFIDENTIEL]	100%	[CONFIDENTIEL]	100%

Source : Calculs de l’Auditeur sur des données publiques. Voir Annexe A, Annexe B, et Annexe C pour plus d’informations sur ces calculs.

209. En excluant les visites vers Autogids et Autotrends, la taille totale du marché est de [CONFIDENTIEL] de visites dans le scénario de base et de [CONFIDENTIEL] de visites dans le test de robustesse. Les parts de marché recalculées sont reprises dans le tableau 2.

Tableau 2 : Estimation des parts de marché des acteurs actifs dans le marché pertinent en termes de nombre de visites, janvier-février 2026

Nom de la plateforme	Scénario de base, incluant [0-5] % des visites de 2ememain.be		Test de robustesse, incluant [10-20] % des visites de 2ememain.be	
	Nombre de visites	Part de marché	Nombre de visites	Part de marché
autoscout24.be	[CONFIDENTIEL]	76,5%	[CONFIDENTIEL]	57,3%
2ememain.be/2dehands.be	[CONFIDENTIEL]	3,7%	[CONFIDENTIEL]	27,9%
gocar.be	[CONFIDENTIEL]	13,4%	[CONFIDENTIEL]	10%
vroom.be	[CONFIDENTIEL]	5,21%	[CONFIDENTIEL]	3,9%
carselect.touring.be	[CONFIDENTIEL]	1,13%	[CONFIDENTIEL]	0,8%
TOTAL MARCHÉ	[CONFIDENTIEL]	100%	[CONFIDENTIEL]	100%

Source : Calculs de l’Auditeur modifiés en excluant Autogids et Autotrends en conformité avec la définition retenue pour le marché pertinent

210. La part d’AutoScout24 est estimée dans ce cas à 76,5% dans le scénario de base et à 57,3% dans le test de robustesse.

211. Le Collège considère que cette analyse complémentaire confirme *prima facie* qu’AutoScout24 aurait une part de marché supérieure à 50 % en termes de nombre de visites. Le Collège note également que la part de marché d’AutoScout24 en termes de nombre de visites évaluée à 47% en 2022 (année des données

¹⁹³ L’analyse inclut autotrends.be et autogids.be, ce qui est susceptible d’entraîner une sous-estimation des parts de marché des acteurs en cause. En effet, comme indiqué au paragraphe 170 ci-dessus, l’auditeur n’exclut pas à ce stade que les services offerts par autotrends.be et autogids.be ne soient pas pleinement substituables aux services en cause en l’espèce.

à la base de l'étude du SPF Economie), semble avoir augmenté, alors que celle de ses concurrents spécialisés aurait à l'inverse diminué¹⁹⁴.

212. **Parts de marché en valeur.** Le Collège considère qu'à ce stade les informations permettant d'estimer les parts de marchés des différents acteurs en valeur sont limitées. Au regard des informations disponibles, le Collège est d'avis qu'il est raisonnable de procéder à une estimation préliminaire sur la base des chiffres d'affaires publiés à la banque nationale pour les années 2023 et 2024¹⁹⁵.

213. Le Collège note que la Requérante présente une analyse du chiffre d'affaires limitée à uniquement AutoScout24, Gocar et 2ememain. Cela est susceptible de sous-estimer le chiffre d'affaires total réalisé sur le marché et de surestimer les parts de marché de chacune de ces trois entreprises¹⁹⁶. Le Collège prendra donc en compte l'estimation plus conservatrice de l'auditeur. Celle-ci suit la même méthodologie que la Requérante¹⁹⁷ mais prend en compte toutes les entreprises concernées, y compris celles d'Autogids et d'Autotrends qui ne font pas partie du marché pertinent. Cela a pour effet de sous-estimer la part de marché d'AutoScout24¹⁹⁸. Un recalcul des parts de marché excluant AutoGids et AutoTrends conduit effectivement à une part de marché pour AutoScout24 de 69,7% en 2023 et de 65,3% en 2024. Il en ressort que sur base de ce critère également AutoScout24 aurait détenu une part de marché en valeur supérieure à 50% tant en 2023 qu'en 2024¹⁹⁹.

214. Le Collège constate qu'AutoScout24 fait valoir que *"Si 2dehands ne déclare effectivement pas le chiffre d'affaires de sa filiale belge, ce n'est pas parce que celui-ci serait inférieur au seuil légal. La véritable raison est que ses clients en Belgique sont facturés par l'entité néerlandaise du groupe, Marktplaats B.V."*. Le Collège constate cependant que l'illustration 6 d'AutoScout24²⁰⁰, censée prouver ce point, n'est pas pertinente. Elle mentionne un changement de compte bancaire en 2025²⁰¹, donc postérieur aux données contestées (2023 et 2024). En l'absence d'autres éléments le Collège estime donc qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de tenir compte de la méthodologie proposée par l'auditeur pour calculer *prima facie* la part de marché en valeur d'AutoScout24.

¹⁹⁴ À noter qu'en 2022, TCS n'était pas encore sur le marché et que l'étude du SPF Economie ne reprend pas Autotrends dans ses chiffres (qui ne représente toutefois que 0.3% de part de marché).

¹⁹⁵ Observations de l'Auditeur, §§96 à 98. L'auditeur note qu'une telle estimation conduit à inclure des revenus qui ne sont pas générés par l'activité en cause en l'espèce. Cependant, au regard des informations disponibles, l'auditeur considère que cette approche reste la plus appropriée pour obtenir une estimation des positions relatives des entreprises pertinentes en terme de valeur.

¹⁹⁶ Requête, §150.

¹⁹⁷ La Requérante - et l'Auditorat après elle - se fonde sur les données comptables complètes publiées en 2023 et 2024 à la Banque nationale de Belgique ("BNB"), et, si les données comptables ne sont publiées qu'en version abrégée, prend en compte le chiffre d'affaires maximum autorisé pour ce faire en fonction de la taille de l'entreprise. Voy. Annexe B du dossier de l'Auditeur.

¹⁹⁸ À l'instar de la Requérante, l'auditeur note dans ses observations que seules deux entreprises publient leurs chiffres d'affaires à la banque nationale selon le modèle complet. Les autres entreprises en cause bénéficient la procédure de publication des comptes annuels selon le modèle abrégé ou micro-modèle. Cette possibilité n'est ouverte qu'aux petites ou micro-sociétés remplissant certaines conditions (voir Annexe A des Observations de l'auditeur). Pour les raisons expliquées en détail dans l'Annexe A en question, il n'est pas déraisonnable de considérer que le chiffre d'affaires des sociétés bénéficiant de cette procédure était inférieur à 9 millions d'euros en 2023 et 11,25 millions d'euros en 2024. Ainsi, l'auditeur a estimé les parts de marché en utilisant les montants des plafonds pour 2ememain.be, vroom.be, autogids.be et autotrends.be (voir Annexe C des Observations de l'auditeur). En ce qui concerne TCS, celle-ci a lancé carselect.touring.be en avril 2024. L'auditeur considère qu'il est raisonnable de considérer que son chiffre d'affaires serait égal au maximum à un tiers du plafond applicable, soit 3,75 millions d'euros (Observations de l'Auditeur, note de bas de page n°156).

¹⁹⁹ Observations de l'Auditeur, Annexe C - Calculs de parts de marché en volume et en valeur.

²⁰⁰ Observations d'AutoScout24, Illustration 6, p. 28.

²⁰¹ Observations d'AutoScout24, Illustration 6. Cette illustration 6 est une capture d'écran limitée. La page web complète porte également l'indication qui suit : *"En raison d'un changement de numéro de compte bancaire à partir du 26/09/2025, l'image est temporairement indisponible."* (<https://aide.2ememain.be/s/article/explication-facture-2ememain-pro>, consulté le 22 avril 2026).

215. Le Collège conclut à ce stade que malgré l'absence de calculs précis de parts de marché, sur base de l'estimation du nombre d'annonces tel que notamment déclaré par AutoScout24 elle-même, du nombre de visites sur la plateforme AutoScout24 comme indiqué ci-avant, ainsi que de l'estimation des parts de marché en valeur, il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer qu'AutoScout24 est, *prima facie*, détenteur d'une part de marché qui excède 50%.

Barrières à l'entrée

216. Le Collège considère que différents types de barrières à l'entrée sont *prima facie* susceptibles de renforcer la position d'AutoScout24.

217. Tout d'abord, les effets de réseau indirects renforcent les barrières à l'entrée et à l'expansion pour les concurrents²⁰² (cf. section V.2.1).

218. La notoriété d'AutoScout24 constitue également une barrière à l'entrée pour ses concurrents. Le Collège note qu'en 2022, AutoScout24.be était déjà considérée comme une plateforme incontournable par les vendeurs professionnels indépendants qui estimaient être en état de dépendance à son encontre. Cette situation semble inchangée depuis lors, comme en témoignent les divers articles ayant couvert la fronde des revendeurs professionnels de véhicules d'occasion à l'encontre d'AutoScout24 fin 2025 au sujet de l'augmentation de ses tarifs²⁰³. De plus, la plateforme bénéficie d'une solide réputation aux yeux des acheteurs potentiels et d'un référencement de qualité dans les moteurs de recherche²⁰⁴.

219. La pénétration d'un marché d'intermédiation dominé par une plateforme qui a su se créer une notoriété requiert d'importants investissements pour acquérir de la visibilité. En effet, une plateforme doit rapidement atteindre un trafic et un nombre d'annonces importants afin d'être viable sur le marché²⁰⁵. Ainsi, les nouveaux entrants supportent des coûts significatifs afin de générer du trafic payant, c'est-à-dire généré à la suite d'investissements en marketing direct²⁰⁶. Les plateformes établies sur le marché bénéficient quant à elles grâce à leur notoriété de davantage de trafic direct (accès direct via l'URL du site ou l'application mobile) et organique (via les résultats gratuits des moteurs de recherche) ce qui réduit la nécessité d'investir en marketing et leur donne un avantage en coût.

220. Le Collège relève que l'auditeur observe que selon les données de Similarweb, plus de 85 % du trafic d'AutoScout24.be proviendrait de trafic direct ou organique et moins de 5 % de trafic payant. En comparaison²⁰⁷, plus de [CONFIDENTIEL] du trafic de touring.carselect.be serait du trafic payant²⁰⁸.

221. De plus, le Collège constate que les pratiques mises en place par AutoScout24 pour limiter la portabilité des données sont susceptibles de renforcer les barrières à l'entrée et à l'expansion sur le marché en cause en freinant le multihoming et en rendant de ce fait plus difficile l'expansion des

²⁰² Commission européenne, orientations sur les priorités retenues par la Commission pour l'application de l'article 82 du Traité CE aux pratiques d'éviction abusives des entreprises dominantes, JOUE, C-45, 24 février 2009, §17.

²⁰³ Le prix pour la publication de 40 annonces par un vendeur professionnel sur AutoScout24 serait passé de 339 euros/mois en 2017 à 3140 euros/mois en 2026, représentant une augmentation de 826% en 10 ans. Voir Rapport SPF Plateformes, p. 106 et Requête, Pièce B.6, Vincent Legraive, « « Ça devient du racket » : AutoScout24 facture ses services beaucoup plus cher en Belgique qu'aux Pays-Bas, les revendeurs vont augmenter le prix des voitures », *RTL Info*, 9 décembre 2025.

²⁰⁴ Requête, §§29 et 139.

²⁰⁵ Requête, §§39 et 40 et Commission, décision du 14 novembre 2024, affaire AT.40684 - *Facebook Marketplace*, §871.

²⁰⁶ À titre d'exemple, la Requérante supporterait un coût mensuel d'environ [CONFIDENTIEL]. Requête, note infra 100.

²⁰⁷ Observations de l'auditeur, Annexe G, *Website_Analysis_&_Insights.Feb_2026_autoscout24.pdf*.

²⁰⁸ Observations de l'auditeur, Annexe K, *Website_Analysis_&_Insights.Feb_2026_tcs.pdf*.

concurrents actuels, notamment ceux qui ne disposent pas d'un accord d'exportation avec AutoScout24. La signature d'accords de partenariat dans lesquels la gratuité de la fourniture des annonces publiées sur le site d'Autoscout24 s'effectue en échange d'une publicité pour le site d'Autoscout24 contribue également à accroître la notoriété d'Autoscout24 et à générer du trafic vers et en provenance de la plateforme (voir para. 89).

Puissance d'achat compensatrice

222. Le Collège considère *prima facie* que les petits vendeurs professionnels indépendants ne disposent pas d'un pouvoir d'achat suffisant pour contrebalancer la puissance d'AutoScout24.

223. **Premièrement**, AutoScout24.be est considérée par les revendeurs professionnels indépendants comme un canal indispensable. Les acteurs interrogés dans le cadre du Rapport SPF Plateforme indiquaient même une dépendance des revendeurs indépendants vis-à-vis d'AutoScout24²⁰⁹. Ceci concerne en particulier les petits vendeurs indépendants qui, du fait de leur stock limité de véhicules d'occasion, ne disposent pas d'alternative de vente via un site internet propre.

224. **Deuxièmement**, en Belgique, AutoScout24 aurait été en mesure de pratiquer des prix supérieurs à ceux des autres acteurs, or, ceux-ci croissants depuis plus de 10 ans. Les informations publiques disponibles indiquent notamment des augmentations des prix pouvant aller jusqu'à 800 % en 10 ans tout en conservant sur sa plateforme plus de 90 % des véhicules d'occasion mis en vente²¹⁰. La capacité d'une entreprise à augmenter les prix rentablement au-delà du niveau concurrentiel pendant une longue période peut être considérée comme un indicateur de dominance²¹¹. Ainsi, la politique tarifaire pratiquée par AutoScout24 semble *prima facie* indiquer un manque de contrepouvoir et de pression concurrentielle.

225. **Troisièmement**, l'interdiction faite aux revendeurs indépendants de moindre taille d'utiliser un VMS pour importer leurs données vers AutoScout24.be démontrerait dans leur chef une absence de puissance d'achat compensatrice. Leur situation contraste avec celle des revendeurs indépendants disposant d'un inventaire important et celle des concessionnaires de grandes marques, lesquels bénéficient de la portabilité entrante, vers AutoScout24.be.

iv) Conclusion sur la position dominante

226. Pour toutes ces raisons, le Collège considère qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer *prima facie* qu'AutoScout24 dispose d'une position dominante sur le marché belge des services de publication d'annonces pour les véhicules d'occasion sur des plateformes en ligne ouvertes aux revendeurs professionnels.

²⁰⁹ SPF Economie, *Rapport SPF Plateformes*, p.73.

²¹⁰ Le prix pour la publication de 40 annonces par un vendeur professionnel sur AutoScout24 serait passé de 339 euros/mois en 2017 à 3140 euros/mois en 2026, représentant une augmentation de 826% en 10 ans. Voir Rapport SPF Plateformes, p.106 et Requête, Pièce B.6, Vincent Legraive, « « Ça devient du racket » : AutoScout24 facture ses services beaucoup plus cher en Belgique qu'aux Pays-Bas, les revendeurs vont augmenter le prix des voitures », *RTL Info*, 9 décembre 2025.

²¹¹ Commission européenne, orientations sur les priorités retenues par la Commission pour l'application de l'article 82 du Traité CE aux pratiques d'éviction abusives des entreprises dominantes, JOUE, C-45, 24 février 2009, §11.

V.2.2.d Abus de position dominante

i) Principes

227. L'article 102 TFUE interdit, dans la mesure où le commerce entre États membres est susceptible d'être affecté, le fait pour une ou plusieurs entreprises d'exploiter de façon abusive une position dominante sur le marché intérieur ou dans une partie substantielle de celui-ci. L'article IV.2 CDE a été rédigé de manière identique à l'article 102 TFUE, à l'exception du fait qu'il s'applique au marché belge.

228. La liste des pratiques abusives figurant à l'article 102 TFUE n'est pas limitative, de sorte que l'énumération des pratiques abusives contenues dans cette disposition n'épuise pas les modes d'exploitation abusive de position dominante interdits par le droit de l'Union²¹².

229. Selon une jurisprudence constante, il incombe à l'entreprise qui détient une position dominante une responsabilité particulière de ne pas porter atteinte, par son comportement, à une concurrence effective et non faussée dans le marché intérieur²¹³. « *Constituent de tels comportements ceux qui, sur un marché où le degré de concurrence est déjà affaibli, à la suite précisément de la présence d'une ou de plusieurs entreprises en position dominante, font obstacle, par le recours à des moyens différents de ceux qui gouvernent la concurrence par les mérites entre les entreprises, au maintien du degré de concurrence existant sur le marché ou au développement de cette concurrence* »²¹⁴.

230. La CJUE a précisé qu'une « *pratique insusceptible d'être adoptée par un hypothétique concurrent qui, bien qu'aussi efficace, n'occupe pas une position dominante sur le marché en cause, car cette pratique repose sur l'exploitation de ressources ou de moyens propres à la détention d'une telle position* »²¹⁵ ne relève pas de la concurrence par les mérites.

231. De plus, dans son arrêt *European Super League*, la CJUE a rappelé que l'article 102 TFUE vise à garantir que les structures des marchés sur lesquels opèrent des opérateurs dominants demeurent concurrentielles et que, dès lors, l'érection de barrières à l'entrée supplémentaires empêchant l'émergence – et par analogie le développement – de nouveaux concurrents entre dans le champ des comportements qu'il est possible de qualifier d'abus de position dominante :

« [a]u-delà des seuls comportements ayant pour effet actuel ou potentiel de restreindre la concurrence par les mérites en évinçant des entreprises concurrentes aussi efficaces du ou des marchés concernés, peuvent également être qualifiés d'« exploitation abusive d'une position dominante » des comportements dont il est démontré qu'ils ont soit pour effet actuel ou potentiel, soit même pour objet, d'empêcher à un stade préalable, par la mise en place de barrières à l'entrée ou par le recours à d'autres mesures de verrouillage ou à d'autres moyens différents de ceux qui gouvernent la concurrence par les mérites, des entreprises potentiellement concurrentes ne serait-ce que d'accéder à ce ou ces marchés et, ce faisant, d'empêcher le développement de la concurrence sur ceux-ci au détriment des consommateurs,

²¹² CJUE, arrêt du 21 février 1973, affaire C-6/72, *Continental Can*, §26 et CJUE, arrêt du 17 février 2011, affaire C-52/09, *TeliaSonera*, §26.

²¹³ CJUE, arrêt du 6 septembre 2017, affaire C-413/14 P, *Intel Corp.*, §135.

²¹⁴ CJUE, arrêt du 10 septembre 2024, affaire C-48/22 P, *Google Shopping*, §88.

²¹⁵ CJUE, arrêt du 12 mai 2022, affaire C-377/20, *Servizio Elettrico Nazionale e.a.*, §78.

en y limitant la production, le développement de produits ou de services alternatifs ou encore l'innovation »²¹⁶.

232. La capacité d'une pratique de produire des effets d'éviction s'évalue sur la base des faits et circonstances existant au moment de la mise en œuvre de la pratique en question²¹⁷ et cette appréciation doit tenir compte de tous les faits et circonstances pertinents²¹⁸. Ainsi que développé dans la section V.2.1, l'impact de pratiques visant à empêcher un acteur d'atteindre la masse critique d'utilisateurs nécessaire à sa viabilité en agissant sur le trafic à destination de la plateforme est particulièrement à prendre en compte dans un marché de plateformes d'intermédiation. Si les effets en cause doivent être plus qu'hypothétiques²¹⁹, établir qu'un comportement est susceptible d'être abusif n'exige pas de prouver que la pratique a *effectivement produit* des effets d'éviction, mais bien qu'elle en avait *la capacité*²²⁰.

ii) Position des parties

233. La Requérante expose que les pratiques d'AutoScout24 sont abusives au sens des article IV.2 CDE et 102 TFUE.

234. Premièrement, la limitation de la portabilité entrante et sortante constituerait une discrimination abusive au sens de la jurisprudence *MEO* selon laquelle constitue un abus de position dominante le fait d'appliquer des prix discriminatoires à des partenaires commerciaux sur le marché en aval si cela est susceptible d'avoir pour effet une distorsion de concurrence entre ces partenaires commerciaux en raison du désavantage concurrentiel qui lui est infligé²²¹.

235. En effet, concernant la portabilité entrante, la Requérante perdrait des clients alors qu'elle serait dans une situation comparable à celle des concessionnaires qui bénéficient de la portabilité entrante²²². Concernant la portabilité sortante, la supposée gratuité de la plateforme de la Requérante ne saurait justifier de lui refuser l'export de données alors qu'il est offert à toutes les autres plateformes²²³.

236. Deuxièmement, la limitation de la portabilité sortante par un refus d'interopérabilité constituerait un refus d'accès au sens de la jurisprudence *Android Auto*²²⁴. La nature abusive de ces pratiques serait renforcée par le fait que les données sont détenues par AutoScout24 sans coûts ou investissements importants de sa part²²⁵ et le fait que les plateformes concurrentes permettent le flux entrant de données²²⁶.

²¹⁶ CJUE, arrêt du 21 décembre 2023, affaire C-333/21, *European Superleague Company SL*, §131, qui confirme CJUE, arrêt 30 janvier 2020, affaire C-307/18, *Generics (UK) e.a.*, §§154 à 157.

²¹⁷ CJUE, arrêt du 6 décembre 2012, affaire C-457/10 P, *AstraZeneca*, §110.

²¹⁸ CJUE, arrêt du 12 mai 2022, affaire C-377/20, *Servizio Elettrico Nazionale e.a.*, §§51 et 72 ; CJUE, arrêt du 19 janvier 2023, affaire C-680/20, *Unilever Italia Mkt Operations*, §40 ; CJUE, arrêt du 30 janvier 2020, affaire C-307/18, *Generics (UK) e.a.*, §154 ; et CJUE, arrêt du 25 mars 2021, affaire C-165/19 P, *Slovak Telekom*, §42.

²¹⁹ CJUE, arrêt du 6 octobre 2015, affaire C-23/14, *Post Danmark II*, §65 ; CJUE, arrêt du 12 mai 2022, affaire C-377/20, *Servizio Elettrico Nazionale e.a.*, §98 ; et CJUE, arrêt du 19 janvier 2023, affaire C-680/20, *Unilever Italia Mkt Operations*, §42.

²²⁰ CJUE, arrêt du 19 janvier 2023, affaire C-680/20, *Unilever Italia Mkt Operations*, §41 et jurisprudence citée.

²²¹ CJUE, arrêt du 25 mai 2018, affaire C-525/16, *Meo - Serviços de Comunicações e Multimédia*.

²²² Requête, §§200-203.

²²³ Requête, §220.

²²⁴ Requête, §§177s.

²²⁵ Requête, §225.

²²⁶ Requête, §226.

237. Pour la Requérante, chacune de ces deux pratiques, prise isolément, constituerait un abus de position dominante. Leur mise en œuvre conjointe constituerait une infraction unique et continue qui relèverait d'une stratégie abusive globale visant à fausser le jeu de la concurrence sur le marché concerné²²⁷.
238. La Requérante semble également considérer qu'AutoScout24 se rend coupable d'abus d'exploitation à l'égard des revendeurs indépendant et des producteurs de logiciels VMS, en raison des limitations à la portabilité sortante. En raison de ces limitations, les revendeurs sont incités, du fait de la notoriété de la plateforme d'AutoScout24, à encoder leurs annonces uniquement sur la plateforme dominante, indépendamment des mérites comparatifs des solutions concurrentes. Ils seraient verrouillés (« *locked in* ») et subiraient alors des augmentations de tarifs de la plateforme dominante. Les producteurs de logiciels VMS se verraient quant à eux limités dans leurs capacités à offrir leurs services²²⁸. AutoScout24 se permet d'augmenter ses tarifs sans subir de perte substantielle d'annonceurs.
239. Ces pratiques emporteraient des effets d'éviction car AutoScout24 renforce les barrières à l'entrée et à l'expansion existantes sur le marché en dissuadant les revendeurs indépendants d'utiliser les services des plateformes concurrentes à AutoScout24²²⁹. La Requérante, en particulier se verrait empêchée d'atteindre une masse critique d'annonces et d'utilisateurs²³⁰. Elles entraîneraient une augmentation des coûts pour les concurrents d'AutoScout24 qui, pour compenser, devraient investir en marketing, optimisation de référencement et référencement payant, ou développer des solutions alternatives coûteuses²³¹.
240. Cet effet serait renforcé par le fait que les pratiques affectent spécifiquement les revendeurs indépendants, qui représenteraient la plus grande partie des annonceurs et le segment de clientèle le plus rentable²³².
241. In fine, les pratiques d'AutoScout24 en feraient le point d'entrée quasi-obligatoire pour l'encodage des données de véhicules, tout en contrôlant leur exportation vers les autres plateformes²³³.
242. La Défenderesse conteste les allégations de la Requérante.
243. Quant à la portabilité entrante, AutoScout24 explique que la Requérante n'en a jamais fait la demande avant la présente procédure. En audience, elle confirme cependant que si la demande lui avait été fait, elle l'aurait vraisemblablement rejetée.
244. Quant à la portabilité sortante, la Défenderesse remarque tout d'abord qu'aucune règle ou jurisprudence ne consacre une obligation généralisée d'assurer l'interopérabilité des données²³⁴.
245. Elle explique que la jurisprudence *Bronner* sur les refus d'approvisionnement ne s'applique pas en l'espèce. En effet, ces solutions ne s'appliqueraient pas dans une situation purement horizontale, en présence d'une concurrence directe entre les deux protagonistes. Au contraire, il faudrait que l'entreprise

²²⁷ Requête, §§193-194.

²²⁸ Requête, §§236-237.

²²⁹ Requête, §229.

²³⁰ Requête, §231.

²³¹ Requête, §232.

²³² Requête, §233.

²³³ Requête, §§197s et §§209s.

²³⁴ Observations d'AutoScout24, §§89-90.

dominante soit présente sur deux marchés verticalement liés et qu'elle empêche un concurrent d'opérer sur le marché aval. En outre, l'interopérabilité ne constituerait pas un intrant indispensable pour la Requérante car les données en cause sont reproductibles facilement par ré-encodage manuel. L'intrant ne découlerait pas non plus d'un monopole légal actuel ou antérieur et ne concernerait pas une infrastructure clé ²³⁵.

246. La Défenderesse explique ensuite que la jurisprudence *Android Auto* sur le refus d'accès ne s'applique pas non plus en l'espèce. Celle-ci ne s'appliquerait qu'aux relations existant entre, d'une part, les plateformes conçues pour permettre à des applications tierces d'opérer sur celles-ci et, d'autre part, les développeurs cherchant à assurer l'interopérabilité de leur application avec la plateforme afin d'offrir un service différent, et de manière à pouvoir atteindre les utilisateurs actifs sur la plateforme²³⁶. Il s'agissait d'un « scénario spécifique » dans lequel une plateforme agirait « comme un point d'entrée nécessaire » pour des développeurs d'applications²³⁷.

247. Or, en l'occurrence, AutoScout24 n'agirait pas en tant qu'intermédiaire indispensable entre les vendeurs automobiles et TCS pour obtenir l'accès à un marché distinct, mais est en concurrence directe avec TCS. En outre, l'accès demandé n'est pas « une extension d'une plateforme open source ».

248. De plus, même si ce pourrait être un « plus » (qualifié de “nice to have”, lors de l'audience), il n'est pas nécessaire qu'AutoScout24 transfère des annonces vers carselect.touring.be pour que cette dernière puisse servir les clients disposant d'annonces préexistantes. La Défenderesse note également qu'en l'espèce elle ne favorise pas ses produits au détriment de ceux de ses concurrents sur un marché en aval, mais se défend contre le parasitisme²³⁸.

249. En outre, la Défenderesse ne conteste pas qu'elle refuse l'exportation des données vers carselect.touring.be en raison de son nouveau modèle économique.

250. Néanmoins, elle considère qu'AutoScout24 ne se rend coupable d'aucune discrimination à l'encontre de TCS. Tout d'abord, il n'y a pas de relation contractuelle entre la Défenderesse et la Requérante. Ensuite, il existe une différence objective entre les plateformes qui facturent aux revendeurs professionnels la publication d'annonces et ceux qui offrent la publication gratuitement. Selon l'AutoScout24, il existe deux catégories objectivement distinctes : d'une part, les concurrents qui facturent aux vendeurs professionnels la publication d'annonces sur leur plateforme ; et, d'autre part, les concurrents qui permettent aux vendeurs professionnels de publier des annonces sur leur plateforme gratuitement. “Il s'agit là de catégories objectivement distinctes qui font l'objet d'un traitement différencié fondé sur une justification objective visant un objectif légitime. En ce qui concerne la première catégorie, AutoScout24 estime que l'intérêt de ses clients à transférer gratuitement leurs annonces AutoScout24, créées à l'aide des outils d'AutoScout24, vers une plateforme concurrente l'emporte sur l'intérêt d'AutoScout24 à protéger les investissements qu'elle a réalisés dans ses outils et fonctionnalités propriétaires qui facilitent et rationalisent la procédure de création d'annonce ainsi que dans l'acquisition de clients. Pour la seconde catégorie (qui englobe Touring CarSelect depuis son récent changement vers un modèle « free-to-list »),

²³⁵ Observations d'AutoScout24, §97.

²³⁶ Observations d'AutoScout24, §100.

²³⁷ Observations d'AutoScout24, §104.

²³⁸ Observations d'AutoScout24, §105.

AutoScout24 estime que le risque manifeste de parasitisme l'emporte sur l'intérêt du client à effectuer un transfert et n'autorise donc pas le transfert direct"²³⁹ (voir également ci-dessous sur la justification objective).

251. Enfin, la Défenderesse conteste que son comportement, discriminatoire selon TCS, aurait des effets anticoncurrentiels. En effet, les informations auxquelles la Requérante souhaite avoir accès « *restent pleinement accessibles à TCS par de multiples canaux* », notamment auprès des vendeurs et publiquement sur la plateforme d'AutoScout24 et celles de tiers. Le désavantage allégué se limite à la commodité et à l'efficacité du téléchargement de ces informations. La Requérante serait libre de réaliser les investissements modestes nécessaires pour bénéficier d'une telle commodité ; un processus qu'AutoScout24 a rationalisé grâce à des investissements dans des technologies et des outils propriétaires – reproductibles à moindre coût²⁴⁰.

252. Enfin, et d'une manière générale, la Défenderesse explique que ses soi-disant abus ne concerneraient, en tout état de cause, qu'un nombre d'annonces très limité. Les vendeurs qui ont cessé d'utiliser carselect.touring.be ne représenteraient que [CONFIDENTIEL] annonces, annonces pouvant être encodées de manière manuelle [CONFIDENTIEL]²⁴¹.

iii) Appréciation du Collège

Identification de la pratique en cause

253. Le Collège note que jusqu'au 11 décembre 2025, la Requérante disposait d'une solution lui permettant d'obtenir les données encodées sur AutoScout24.be à la demande de ses clients, via les services de l'intermédiaire technique Hexon.

254. Au vu des éléments présentés dans la Requête et de la nature de la procédure en mesures provisoires, le Collège considère qu'il est approprié de se concentrer sur la coupure de l'accès dont la Requérante bénéficiait jusqu'en décembre 2025. Cette coupure est en effet directement à l'origine du préjudice allégué en l'espèce. Ainsi, il convient d'analyser si cette coupure, dans le contexte dans lequel elle prend place, est *prima facie* constitutive d'un abus de position dominante.

255. L'examen de la conformité des autres pratiques décrites dans la Requête, prises isolément ou conjointement, peut être laissé à l'instruction au fond à l'instar de ce que suggère l'auditeur dans ses observations.

Analyse de la pratique en cause

256. En l'espèce, le Collège estime qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer que le fait pour AutoScout24 d'avoir mis fin sans raison objective (voir infra section V.2.2.e) à la portabilité sortante dont bénéficiait la Requérante via Hexon **s'écarter de la concurrence par les mérites et est susceptible de produire des effets d'éviction** dans un contexte caractérisé par des effets de réseau. Ceci, pour les raisons qui suivent.

²³⁹ Observations d'AutoScout24, §§118-119.

²⁴⁰ Observations d'AutoScout24, §130.

²⁴¹ Observations d'AutoScout24, §§131 à 135.

257. **Premièrement**, la pratique, rendue possible du fait de la position incontournable d'AutoScout24 sur le marché, s'écarte *prima facie* de la concurrence par les mérites. En l'espèce, la possibilité pour AutoScout24 de refuser l'exportation de données vers la plateforme de la Requérante repose fondamentalement sur sa position d'acteur incontournable du marché et n'est pas reproductible à court terme par des concurrents. La jurisprudence récente montre qu'est susceptible de constituer un abus le fait d'utiliser sa position dominante par le biais d'une pratique pour la mise en œuvre de laquelle une entreprise dominante n'a pas d'intérêt économique si ce n'est celui d'éliminer ses concurrents²⁴².

258. D'une part, les autres plateformes ne semblent *prima facie* pas être en mesure de concurrencer AutoScout24.be en tant que point d'encodage primaire des données.

259. En effet, il ressort *prima facie* des éléments fournis par la Requérante que les revendeurs professionnels cherchent à publier leurs annonces en priorité sur AutoScout24.be au vu du caractère incontournable de la plateforme résultant de l'important trafic qu'elle génère. En ce qui concerne les petits revendeurs indépendants, en raison des règles mises en place par AutoScout24 concernant l'utilisation des VMS, l'encodage sur AutoScout24.be doit être effectué manuellement. Au vu du temps nécessaire à un encodage multiple²⁴³, il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer que (i) les petits revendeurs indépendants encoderont en premier lieu leurs données sur AutoScout24.be et (ii) ne procéderont pas à un double encodage dans la très grande majorité – si ce n'est la totalité – des cas. Grâce à cette position centrale, AutoScout24 semble être en mesure de limiter la portabilité sortante une fois les données encodées sur sa plateforme. Ainsi, le Collège considère à titre préliminaire que l'accès via Hexon constitue actuellement la seule solution d'encodage automatique des données provenant d'AutoScout24.be que TCS peut – ou pouvait jusqu'en décembre 2025 – proposer à ses clients petits revendeurs indépendants. Cette solution n'est d'ailleurs pas la solution la moins contraignante pour la Requérante ; en effet, l'autorisation d'une utilisation généralisée des VMS, ou des possibilités d'exports direct via APIs, seraient à minima moins coûteuses pour la Requérante.

260. D'autre part, les autres plateformes ne pourraient *prima facie* pas se permettre d'adopter une conduite similaire à celle d'AutoScout24 en coupant cette portabilité sortante car, n'étant pas incontournables, elles perdraient du trafic. En effet, à défaut de disposer d'une position incontournable, les limitations de portabilité sont *prima facie* susceptibles de réduire l'attractivité d'une plateforme pour un revendeur au vu des obligations de double encodage. Le Collège note à cet égard que TCS permet la portabilité sortante.

261. Enfin, le Collège rappelle que les demandes de portabilité sortante ne portent pas sur l'entièreté de la base de données d'AutoScout24, mais sur les données des véhicules de revendeurs qui souhaitent voir leurs propres données être publiées sur carselect.touring.be et synchronisées en temps réel.

262. Le Collège considère ainsi que, indépendamment d'autres solutions (potentiellement moins contraignantes) qui pourraient être autorisées par AutoScout24, la coupure de la solution permettant un

²⁴² Voir CJUE, arrêt du 12 mai 2022, C-377/20, *Servizio Elettrico Nazionale pA e.a.*, §§77-78 et Commission, décision du 2 octobre 2017 dans l'affaire AT.39813, *Baltic Rails*, §§161-202 (confirmé : CJUE, arrêt du 12 janvier 2023, affaire C-42/21 P, *Lietuvos geležinkiai AB*).

²⁴³ Le Collège rappelle les restrictions n'affectent pas seulement l'encodage originel des annonces, mais limitent aussi les possibilités de mise à jour automatique de ces mêmes annonces. Il apparaît donc que la possibilité de disposer d'une solution permettant une publication automatique sur plusieurs plateformes est essentielle pour qu'un revendeur indépendant envisage d'utiliser plus d'une plateforme.

transfert automatisé de données via l'intermédiaire technique Hexon vers des plateformes concurrentes s'écarte *prima facie* de la concurrence par les mérites.

263. **Deuxièmement**, la pratique en cause est *prima facie* susceptible de produire des effets d'éviction.

264. À titre liminaire, le Collège rappelle qu'aux fins d'apprécier la capacité du comportement d'une entreprise à restreindre la concurrence effective sur un marché, une autorité de concurrence peut s'appuyer sur les enseignements des sciences économiques en complément d'autres éléments factuels²⁴⁴. Dans ce contexte, le Collège relève que les restrictions à la portabilité dans un marché de plateformes d'intermédiation sont généralement considérées comme susceptibles d'entraîner des effets négatifs sur la concurrence en ce qu'elles tendent à restreindre les pratiques de multihoming et en conséquence à verrouiller le marché²⁴⁵.

265. Ensuite, le Collège constate que la pratique en cause augmente les barrières à l'entrée et limite le développement d'un nouvel entrant en phase de développement sur un marché caractérisé par des effets de réseau. Comme expliqué **Erreur ! Source du renvoi introuvable. Erreur ! Source du renvoi introuvable.** dans la section V.2.1, le marché en cause est caractérisé par d'importants effets de réseaux indirects. Dans ce type de marché biface, des pratiques impactant la capacité de croissance du nombre d'utilisateurs sur un côté du marché sont *prima facie* susceptibles de produire des effets d'éviction, *a fortiori* lorsqu'elles affectent des nouveaux entrants en phase de développement tel qu'en l'espèce.

266. La viabilité des plateformes d'intermédiation sur le marché en cause dépend en grande partie de leur accès aux données, de leur trafic et de leur capacité à atteindre rapidement une taille critique. En effet, le Collège souligne qu'afin de pouvoir offrir des services de publication d'annonces, les plateformes ont besoin que les données relatives aux véhicules soient encodées dans leur système. À défaut d'annonces, les plateformes ne seront pas en mesure de générer du trafic du côté acheteurs. Pour ce faire, il est indispensable pour la Requérante de pouvoir attirer des revendeurs. Or, la pratique en cause entraîne une perte de clients actuels et potentiels pour TCS, comme en atteste les réactions des clients de TCS²⁴⁶, laquelle est à son tour susceptible d'affecter l'attractivité de sa plateforme et de l'empêcher d'atteindre une masse critique.

267. Le Collège ajoute qu'il semble peu probable que TCS soit en mesure de compenser la perte d'accès aux données de ses clients provenant d'AutoScout24.be par d'autres alternatives. La Requérante indique

²⁴⁴ CJUE, arrêt du 19 janvier 2023, affaire C-680/20, *Unilever Italia*, §44.

²⁴⁵ Voir section V.2.1. Voir aussi, OCDE, *Portabilité des données, interopérabilité et concurrence des plateformes numériques*, Note de référence du secrétariat, 1^{er} décembre 2021, §35 « [q]uelle qu'en soit la cause, une portabilité des données ou une interopérabilité limitée peut entraver la concurrence sur un marché, et entraîner des conséquences pour les consommateurs et le dynamisme économique ». La même note ajoute que « l'impossibilité pour les concurrents d'accéder aux données des utilisateurs peut aboutir à prendre les utilisateurs « en otage » en les contraignant à utiliser exclusivement les services de l'entreprise en place ». Le Collège ajoute que le Règlement (UE) 2022/1925 du Parlement européen et du Conseil du 14 septembre 2022 relatif aux marchés contestables et équitables dans le secteur numérique explique dans son considérant 59 que « [a]fin d'empêcher les contrôleurs d'accès de nuire à la contestabilité des services de plateforme essentiels, ou au potentiel d'innovation d'un secteur numérique dynamique, en limitant le changement de plateforme ou le multihébergement, il convient d'accorder aux utilisateurs finaux, ainsi qu'aux tiers autorisés par un utilisateur final, un accès effectif et immédiat aux données qu'ils ont fournies ou qui ont été générées par leur activité sur les services de plateforme essentiels concernés du contrôleur d'accès. [...] Faciliter le changement de plateforme ou le multihébergement devrait ensuite permettre d'élargir le choix offert aux utilisateurs finaux et encourager les contrôleurs d'accès et les entreprises utilisatrices à innover. » Le Collège considère que ce raisonnement est susceptible de s'appliquer par analogie aux acteurs qui, s'ils ne sont pas désignés comme contrôleur d'accès au niveau européen, jouissent d'une position dominante sur le marché pertinent en cause.

²⁴⁶ Requête, annexes C1 à C19.

en effet avoir exploré en vain diverses solutions juridiques et techniques pour remplacer l'accès dont elle bénéficiait via Hexon²⁴⁷.

268. De plus, le Collège considère à titre préliminaire qu'il ne paraît pas manifestement déraisonnable de considérer que TCS ne pourrait pas, à court ou moyen terme, compenser la perte d'annonces sur le segment des petits revendeurs indépendants par une augmentation du nombre d'annonces publiées par ses clients concessionnaires de marque. D'une part, les revendeurs indépendants représenteraient la plus grande partie des annonceurs – 67 % des revendeurs professionnels²⁴⁸ – et le segment de clientèle le plus rentable²⁴⁹. D'autre part, les concessionnaires de marque et les grands revendeurs indépendants disposent *prima facie* d'alternatives à carselect.touring.be grâce à leurs propres sites internet et plateformes de vente²⁵⁰. Ainsi, en éliminant la possibilité d'une exportation automatique des données pour une majorité des revendeurs indépendants, la pratique en cause semble susceptible de limiter fortement les possibilités de croissance de la Requérante sur ce côté du marché. En raison des effets de réseau, cela risque de se répercuter sur la croissance du côté utilisateurs. Cette dynamique de renforcement négatif est *prima facie* susceptible de produire des effets d'éviction significatifs. Le fait que TCS soit un nouvel entrant sur le marché sans masse critique renforce *prima facie* la capacité de la pratique à produire des effets d'éviction.

269. Enfin, s'il découle d'une jurisprudence constante que « *la qualification d'une pratique d'une entreprise en position dominante d'abusives ne requiert pas de démontrer, dans le cas d'une pratique d'une telle entreprise visant à évincer ses concurrents du marché concerné, que son résultat a été atteint et, par suite, la démonstration d'un effet d'éviction concret sur le marché* »²⁵¹, d'autre part, « *la performance sur le marché de l'entreprise dominante et de ses concurrents peut constituer une preuve d'un effet d'éviction de la pratique en cause* »²⁵². Or, en l'espèce, la pratique en cause semble déjà causer des effets d'éviction sur le marché.

270. À cet égard, le Collège considère à première vue devoir écarter l'argument d'AutoScout24 selon lequel la possibilité de procéder à un réencodage manuel des annonces permettrait à moindre effort de pallier l'interruption des exports et tout éventuel effet d'éviction qui en découlerait²⁵³. La documentation fournie par la Requérante indique en effet que les annonceurs ne souhaitent pas réencoder plusieurs fois leurs annonces²⁵⁴. Quant à TCS, quelle que soit l'ampleur de l'effort à fournir pour réencoder les annonces nouvellement publiées, l'encodage manuel ne permettrait en tous cas pas d'adapter la base de données de TCS en temps réel en fonction des mises à jour opérées par les annonceurs sur AutoScout24.be. Il

²⁴⁷ Requête, §§251 et 252.

²⁴⁸ Requête, §60.

²⁴⁹ Requête, §§233.

²⁵⁰ Requête, §§105-107.

²⁵¹ CJUE, arrêt du 12 mai 2022, affaire C-377/20, *Servizio Elettrico Nazionale pA e.a.*, §53.

²⁵² *Ibid.*, §54.

²⁵³ Observations d'AutoScout24, §130.

²⁵⁴ La Requérante soumet des courriels de revendeurs illustrant que ces derniers n'envisagent pas l'encodage manuel sur plusieurs plateformes comme une option viable. Voir notamment Requête, Pièces C.1 - Courriels du 15 décembre 2025 et 2 février 2026 envoyés par un revendeur à TCS - version non confidentielle, « *Nous ne pouvons pas procéder à la création manuelle de plus de 300 véhicules* » ; C.2 - Courriel du 15 décembre 2025 envoyé par un revendeur à TCS - version non confidentielle « *Afin d'éviter le double encodage, il est primordial pour moi d'encoder une seule fois l'annonce et qu'elle soit redirigée sur plusieurs sites de ventes.* » ; et C.3 - Courriel du 23 décembre 2025 envoyé par un revendeur à TCS - version non confidentielle « *Pourriez-vous dès lors clôturer mon contrat car je ne vais rien encoder manuellement* ».

semble en effet improbable que le revendeur accepte par exemple de faire réencoder ses annonces sur un site tiers s'il est ensuite continuellement contacté par des clients pour l'achat d'un véhicule qui n'est plus en vente. L'export des données n'est dès lors pas un simple « plus »²⁵⁵ ou un « *nice to have* », mais un élément dont la cessation doit *prima facie* être considéré comme susceptible de générer des effets d'éviction²⁵⁶.

271. Par ailleurs, le chiffre mis en avant par AutoScout24, selon laquelle seules [CONFIDENTIEL] annonces auraient été perdues par carselect.touring.be, équivalent à une perte de [CONFIDENTIEL] % des annonces²⁵⁷ et à [CONFIDENTIEL] % de sa clientèle seulement²⁵⁸, d'ailleurs « *due en partie ou exclusivement à la cessation par AutoScout24 de l'exportation vers TCS* »²⁵⁹, ne convainc pas.

272. En l'espèce, le Collège estime qu'il ressort au contraire des éléments fournis par la Requérante que la pratique en cause affecte déjà sa position sur le marché. La Requérante estime²⁶⁰ que plus de [CONFIDENTIEL] % des annonces publiées sur carselect.touring.be, représentant [CONFIDENTIEL] % de ses clients revendeurs indépendants, ont été affectées par la pratique en cause. La Requérante indique également une perte de chiffre d'affaires estimée à [CONFIDENTIEL]% depuis décembre 2025.

273. Le Collège estime dès lors qu'il est vraisemblable *prima facie* que sur le marché considéré, caractérisé par de forts effets de réseaux, les annonces déjà perdues constituent l'amorce concrète d'un début d'effet de spirale négative et que, au vu de la documentation fournie émanant de la clientèle de TCS²⁶¹ le risque de pertes au cours des 2 à 6 mois prochains, est crédible, en sorte que la clientèle des petits revendeurs de TCS est en péril. L'effet d'exclusion est alors d'autant plus sérieux que la catégorie des petits revendeurs constitue le segment²⁶² de marché le plus rentable²⁶³.

274. Pour l'ensemble de ces raisons, le Collège considère que le comportement en cause est *prima facie* abusif et susceptible de produire des effets d'éviction, sous réserve de l'absence de justification objective, discutée ci-dessous en section 291 V.2.2.e.

275. **À titre alternatif** et sans que cela ne soit de nature à remettre en cause la conclusion autonome qui précède, le Collège constate que la pratique litigieuse s'apparente également à une **discrimination abusive**.

276. Un tel abus suppose de démontrer (i) l'application de conditions commerciales différentes à des transactions équivalentes avec des partenaires commerciaux se trouvant dans des situations

²⁵⁵ Observations d'AutoScout24, §105.

²⁵⁶ Requête, Pièces C.1, C.2, C.3., C.5., C.6., C.7., C.8., C.9., C.10., C.12.

²⁵⁷ Observations AutoScout24, §§131 et 132.

²⁵⁸ Observations AutoScout24, §§160.

²⁵⁹ Observations AutoScout24, §§131, 132 et 160.

²⁶⁰ Requête, §265.

²⁶¹ Requête, Pièces C.1 à C.19.

²⁶² ABC, décision 2009-P/K-10 du 26 mai 2009 Conseil de la concurrence dans l'affaire CONC-P/K-05/0065, *Base c. BMB*, §§21 et 46 : « *L'infraction aux règles de concurrence provient du fait que le ciseau tarifaire même entrave la concurrence et rend difficile, voire impossible, l'accès à un certain segment du marché pour les concurrents* ».

²⁶³ La Requérante estime qu'une perte du 23% de sa clientèle entraînerait une perte de chiffre d'affaire plus important, de 36.6%. Requête, §§268-269.

comparables, (ii) un désavantage qui fausse la concurrence sur le marché, et (iii) une absence de justification objective²⁶⁴. Toutes ces conditions semblent établies *prima facie*.

277. AutoScout24 fait valoir que TCS ne serait pas un partenaire commercial parce qu'aucun contrat n'aurait été conclu entre elles²⁶⁵. Toutefois, TCS bénéficiait précédemment de l'export des données sortantes d'Autoscout24.be. D'autre part, même en l'absence d'*instrumentum*, les parties ont précédemment été dans une relation de nature contractuelle, puisqu'il ressort des dires d'AutoScout24 qu'elle autorise en principe toute plateforme à exporter ses données, pourvu que les termes qu'AutoScout24 juge acceptables soient respectés²⁶⁶. Au demeurant, une pratique discriminatoire mise en œuvre par une entreprise dominante peut d'autant plus être considérée comme problématique au regard des règles de concurrence qu'elle s'exerce vis-à-vis de concurrents²⁶⁷.

278. AutoScout24 soutient par ailleurs que le choix de TCS de proposer une formule commerciale permettant aux vendeurs professionnels de publier des annonces gratuitement placerait objectivement TCS dans une situation différente de celle des autres plateformes qui bénéficient de la portabilité sortante²⁶⁸. Or, aucune offre commerciale pratiquée par TCS n'est gratuite. En effet, TCS pratique [CONFIDENTIEL] une formule tarifaire par publication ("*pay-per-listing*") et la formule tarifaire au résultat ("*pay-per-lead*") est elle-aussi une formule payante^{269 270}.

279. Le Collège constate dès lors *prima facie* que la différence de traitement est établie. Or, il a déjà été mentionné *supra* para. 264 que cette différence de traitement – qui prend la forme d'une cessation de la portabilité sortante précédemment accordée à TCS – inflige un désavantage concurrentiel à TCS sous forme d'effets d'exclusion. Les deux premières conditions du test légal semblent donc *prima facie* remplies, de sorte que l'abus de discrimination serait rencontré, sous réserve d'une possible justification objective (voir ci-dessous section V.2.2.e).

280. Le Collège estime par ailleurs pertinent de répondre aux arguments des parties relatifs aux précédents jurisprudentiels de **refus de fournir**. Ces débats portent essentiellement sur l'identification du standard applicable pour évaluer le caractère abusif de la pratique : dans ce contexte, AutoScout24 met principalement en exergue la rigueur du test d'indispensabilité énoncé dans la jurisprudence *Bronner*²⁷¹, et conteste la pertinence du test mis à jour par la Cour de Justice dans son arrêt *Android Auto*²⁷², dont se prévaut la Requérante²⁷³.

²⁶⁴ CJUE, arrêt du 25 mai 2018, affaire C-525/16, *Meo - Serviços de Comunicações e Multimédia* ; Commission européenne, décision du 22 décembre 1987, affaire IV.30.787 et 31.488 – *Eurofix-Bauco/Hilti*, §§80 et 81.

²⁶⁵ Observations d'AutoScout24, §116.

²⁶⁶ Observations d'AutoScout24, §§8 et 9.

²⁶⁷ Commission européenne, décision du 22 décembre 1987, affaire IV.30.787 et 31.488 – *Eurofix-Bauco/Hilti*, §§33 et 45 (pour les faits).

²⁶⁸ Observations d'AutoScout24, §§117-118.

²⁶⁹ Requête, §32 et Pièce E.4.

²⁷⁰ Le Collège observe incidemment que certains opérateurs, tels qu'Autogids, bénéficient de la portabilité sortante, alors qu'ils republient gratuitement les annonces d'AutoScout24, sans que les motifs de cette différence de traitement ne soient clairement exposés par AutoScout24, hormis par l'ancienneté de l'accord (voir Observations d'AutoScout24, §126).

²⁷¹ CJUE, arrêt du 26 novembre 1998, affaire C-7/97, *Oscar Bronner GmbH & Co KG contre Mediaprint Zeitungs- und Zeitschriftenverlag GmbH & Co KG*, §§41 à 46 ; réitéré dans le contexte d'un refus d'octroyer une licence de droits de propriété intellectuelle dans CJUE, arrêt du 29 avril 2004, affaire C-418/01, *IMS Health GmbH & Co OHG contre NDC Health GmbH & Co KG*, §§28 et 52.

²⁷² CJUE, arrêt du 25 février 2025, affaire C-233/23, *Alphabet Inc. et autres contre Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, §47.

²⁷³ Requête, §§138s.

281. Le Collège relève à cet égard qu'il n'y a pas lieu d'appliquer la jurisprudence *Bronner* dans l'affaire en cause dans la mesure où cette jurisprudence ne tient pas compte des spécificités des marchés de plateformes d'intermédiation. En outre, comme l'a jugé la Cour de justice dans l'arrêt *Android Auto*, la condition d'indispensabilité de l'arrêt *Bronner* n'est pas applicable lorsqu'une infrastructure a été développée « *non pas pour les seuls besoins de ses activités propres mais dans la perspective de permettre une utilisation de cette infrastructure par des entreprises tierces* »²⁷⁴.

282. En l'occurrence, il ressort du descriptif des faits et de l'historique du comportement d'AutoScout24 que celle-ci a construit sa plateforme – et l'inventaire des annonces qui découle de l'usage de la plateforme – non pour les seuls besoins de ses activités propres, mais dans la perspective que cette infrastructure puisse également être utilisée par des entreprises tierces – qu'il s'agisse des annonceurs, ou d'autres plateformes de publication d'annonces.

283. Quant aux annonceurs, les conditions générales d'AutoScout24 laissent entendre que les revendeurs peuvent largement user des données qui leurs sont propres, en faire usage et en assurer la republication²⁷⁵. Quant aux autres plateformes d'annonces, AutoScout24 affirme avoir pour pratique de permettre l'export des données vers des plateformes concurrentes. Cette pratique est présentée à titre de « *geste commercial afin de répondre aux demandes de ses clients* » et s'applique « *à toutes les plateformes* »²⁷⁶; pour AutoScout24, il s'agit donc d'une pratique généralisée ; elle est également ancienne²⁷⁷.

284. Dès lors qu'AutoScout24 a elle-même historiquement défini une stratégie commerciale favorable à l'accès des tiers à son infrastructure et à ses données, ni la préservation de la liberté de contracter et du droit de propriété de l'entreprise en position dominante, ni la nécessité d'inciter celle-ci à investir (voir section IV.4.1) ne justifient de limiter un éventuel abus pour refus de fournir à un test d'indispensabilité.

285. Par ailleurs, le Collège ne peut suivre l'interprétation de l'arrêt *Android Auto* proposé par la Défenderesse selon laquelle, pour qualifier un refus de contracter d'abusif, il serait requis de « *distinguer deux marchés distincts* » dans une situation qui répondrait à un « *scénario spécifique* » dans lequel une plateforme « *open source* » agirait comme un « *point d'entrée nécessaire (une fonction de 'contrôleur d'accès') pour que les développeurs d'applications actifs sur un marché distinct en aval puissent atteindre les utilisateurs finaux actifs sur cette plateforme* » afin d'offrir un « *service différent* ». Ainsi, *Android Auto* ne trouverait pas à s'appliquer à TCS, qui est en « *concurrence directe* » avec AutoScout24²⁷⁸. *In fine*, selon AutoScout24, « *[a]ucun principe général ne peut être déduit de l'arrêt Android Auto* »²⁷⁹.

²⁷⁴ CJUE, affaire *Android Auto*, op. cit., §44-47.

²⁷⁵ Requête, pièce A1, article 3.1 et 3.2 : « 3.1. *L'utilisation des services d'AutoScout24 n'affecte pas la propriété et le contrôle des droits de propriété intellectuelle du professionnel. En transmettant ses annonces, l'utilisateur concède à AutoScout24 et à ses sociétés affiliées les droits suivants, non exclusifs et cessibles, pour la durée légale des droits concernés et pour le monde entier, afférents aux contenus transmis (y compris le droit d'accorder des sous-licences) : (...) AutoScout24 sera notamment habilité à faire procéder aux activités susmentionnées par des tiers. Nonobstant ce qui précède, des droits d'utilisation étendus peuvent être convenus dans le cadre du bouquet de services utilisé par l'utilisateur. En l'absence d'une disposition expresse, AutoScout24 ne s'approprie pas le contenu de l'utilisateur. L'utilisateur garantit que les droits sont transférés ou accordés dans la mesure nécessaire à la fourniture de services dans le cadre du Contrat.*

²⁷⁶ Observations d'AutoScout24, §§ 8 et 9.

²⁷⁷ Le partenariat avec Autogids est un partenariat « de longue date » établi dès 2004. (Observations AutoScout24, §126).

²⁷⁸ Observations d'AutoScout24, §§104 et 105. AutoScout24 renvoie plus particulièrement à CJUE, affaire *Android Auto*, op. cit., §84.

²⁷⁹ Observations d'AutoScout24, §106.

286. Cette lecture, étroite, ne ressort pas des termes employés par la Cour de justice. Incidemment, le Collège remarque notamment que l'arrêt de la Cour de justice ne retient pas le caractère « *open source* » de la technologie en cause pour justifier sa décision. Le Collège relève également que l'effet d'exclusion évoqué par la Cour de justice, et qui doit être constaté pour établir un éventuel abus, porte sur l'éviction des entreprises concurrentes « du ou des marchés concernés, ou en empêchant leur développement sur ces marchés, étant observé que ces derniers peuvent être aussi bien ceux où la position dominante est détenue que ceux, connexes ou voisins, où ledit comportement a vocation à produire ses effets actuels ou potentiels »²⁸⁰. Contrairement à ce que soutient la Défenderesse, l'existence de deux marchés, aval et amont, ne semble dès lors pas requise au titre de l'affaire *Android Auto*²⁸¹.

287. Plus généralement, il est vrai que, depuis *Commercial Solvents*, la jurisprudence relative au refus de fournir s'est développée à l'occasion d'affaires dans lesquelles l'entreprise en position dominante tentait d'instrumentaliser le refus de livraison d'un produit primaire pour se réserver le marché d'un produit dérivé²⁸² et que, lorsqu'un plaignant sollicite sur cette base l'accès à un intrant jugé nécessaire pour être actif sur un marché voisin, il est requis qu'il identifie le marché (potentiel²⁸³) voisin dont il allègue être exclu par le refus d'accès. Néanmoins, la jurisprudence n'a jamais expressément exclu qu'un accès soit sollicité par un concurrent direct de l'entreprise dominante qui démontrerait que le refus qu'il subit l'exclut du marché dominé.

288. Des observations qui précèdent, le Collège conclut qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer, au stade de la présente procédure de mesures provisoires, que le refus d'AutoScout24 de rétablir la portabilité des données sortantes est *prima facie* abusive – sous réserve de l'absence de justification objective, discutée ci-dessous.

iv) Conclusion sur l'existence d'un abus prima facie.

289. Pour toutes les raisons qui précèdent, le Collège considère que la pratique présente un caractère abusif caractérisé par un risque d'effet d'exclusion suffisamment établis *prima facie*.

V.2.2.e Justifications objectives

i) Position des parties

290. La Requérante soutient que les pratiques d'AutoScout24 ne sont pas objectivement justifiées.

291. D'une part, l'ouverture des flux de données ne serait pas de nature à compromettre l'intégrité ou la sécurité d'AutoScout24.be²⁸⁴. D'autre part, il n'existerait pas de différence de qualité entre les données

²⁸⁰ CJUE, *Android Auto*, *op. cit.*, §54 ; soulignements ajoutés.

²⁸¹ En outre, dans l'affaire *Android Auto*, la Cour ne considère l'effort d'identification dudit marché voisin que pour les besoins d'identifier un cadre d'analyse à l'effet d'exclusion; CJUE, *Android Auto*, *op. cit.*, §85.

²⁸² CJUE, arrêt du 6 mars 1974, affaires jointes 6 et 7/73, *Commercial Solvents c. Commission*, §25 : « *Que cependant une telle entreprise, disposant d'une position dominante pour la production des matières premières et de ce chef en mesure de contrôler l'approvisionnement des fabricants de produits dérivés, ne saurait, parce qu'elle a décidé de commencer elle-même la production de ces dérivés, décision par laquelle elle devenait le concurrent de ses clients antérieurs, adopter un comportement de nature à éliminer la concurrence de ceux-ci, en l'espèce à éliminer l'un des principaux producteurs d'éthambutol dans le marché commun ; Qu'un tel comportement étant contraire aux objectifs énoncés à l'article 3, lettre f, du traité, explicités par les articles 85 et 86, il s'ensuit que le détenteur d'une position dominante sur le marché des matières premières qui, dans le but de les réserver à sa propre production des dérivés, en refuse la fourniture à un client, lui-même producteur de ces dérivés, au risque d'éliminer toute concurrence de la part de ce client, exploite sa position dominante d'une façon abusive au sens de l'article 86* »

²⁸³ CJUE, *Android Auto*, *op. cit.*, § 85.

²⁸⁴ Requête, §§205 et 222.

en cause qui pourrait justifier d'exclure ou de restreindre l'accès de TCS²⁸⁵. Enfin, des intermédiaires spécialisés offriraient déjà des solutions permettant de résoudre d'éventuels problèmes de compatibilité technique²⁸⁶.

292. Enfin, selon la Requérante, AutoScout24 ne pourrait pas non plus justifier le refus de portabilité sortante par la prétendue gratuité des services de la Requérante. D'une part, les services de la Requérante seraient payants. D'autre part, la gratuité d'une plateforme ne saurait constituer un critère objectif et pertinent pour refuser la portabilité des données²⁸⁷.

293. Au contraire, la Défenderesse allègue que son traitement des demandes d'exportation de données vis-à-vis de TCS est objectivement justifié par la nécessité de lutter contre le parasitisme.

294. AutoScout24 explique que TCS ne voudrait pas seulement exporter les données « brutes » de ses annonces (comme les caractéristiques des véhicules et leur prix, voir paras. 60 et suivants) mais également les données « enrichies » par la plateforme d'AutoScout24, comme par exemple les notes sur la qualité des annonces (voir para. 123).

295. Or, selon AutoScout24, il faut différencier deux catégories objectives de plateformes de publications d'annonces : celles qui facturent la publication d'annonces aux vendeurs professionnels, et celles qui la proposent gratuitement²⁸⁸.

296. Traiter ces deux catégories de manière différenciée reposerait sur une justification objective et légitime. Il y aurait lieu, pour les plateformes « payantes » de faire primer l'intérêt des clients à transférer leurs annonces. En revanche, pour les plateformes « *free-to-list* » (que la Requérante qualifie de « *pay-per-lead* »,) le risque de parasitisme justifierait le refus de transfert direct²⁸⁹ via un « mécanisme anti-abus ». Ce mécanisme viserait à empêcher des plateformes « *free-to-list* » de profiter sans contrepartie des investissements considérables réalisés par AutoScout24 dans son infrastructure logicielle, notamment ses outils de création d'annonces²⁹⁰.

297. Selon AutoScout24, sans mécanisme anti-abus, n'importe quelle plateforme concurrente pourrait simplement contacter un grand nombre de vendeurs automobiles pour leur demander l'autorisation d'importer des annonces relatives à leur inventaire, et avec leur seul accord, « copier-coller » l'intégralité du stock d'AutoScout24.be sans avoir à investir dans des outils de création d'annonces, ce qui constituerait un parasitisme disproportionné. Permettre aux plateformes « *free-to-list* » d'accéder librement au stock d'annonces d'AutoScout24 réduirait les incitations de cette dernière à continuer d'investir dans la qualité et l'innovation, puisque des concurrents pourraient s'approprier son inventaire sans effort équivalent²⁹¹. Le fait que TCS propose aussi une option « *pay-per-listing* » en parallèle n'est pas pertinent selon la Défenderesse : un modèle hybride reste soumis au mécanisme anti-abus d'AutoScout24, car les vendeurs

²⁸⁵ Requête, §206.

²⁸⁶ Requête, §§206 et 221.

²⁸⁷ Requête, §220.

²⁸⁸ Observations AutoScout24, §118.

²⁸⁹ Observations AutoScout24, §119.

²⁹⁰ Observations AutoScout24, §120.

²⁹¹ AutoScout24 a expliqué que l'export entraînait le transfert de la totalité des données, pas seulement les données brutes encodées, mais les données enrichies par ses outils, validées par l'annonceur, et telles qu'elles étaient publiées sur son site internet, en sorte que c'était le fruit de ses outils qui était exporté.

n'auraient guère d'incitation à payer s'il existe une option gratuite²⁹². En outre, TCS réduirait ses propres investissements en marketing et en innovation²⁹³.

298. Enfin, la comparaison réalisée avec AutoGids – autre opérateur procédant à la republication gratuite des annonces d'Autoscout24 – serait inopérante, car il s'agit d'un partenariat de longue date depuis 2004, clairement affiché sur le site d'AutoGids, dans lequel le stock d'AutoScout24 est diffusé automatiquement dans le cadre d'un service global²⁹⁴.

ii) Appréciation du Collège

299. L'entreprise en position dominante peut toujours faire valoir des « justifications objectives » de nature à justifier la pratique poursuivie, en sorte que l'infraction ne serait pas établie. Notamment, l'entreprise en position dominante peut tenter de démontrer que la pratique commerciale dont il lui est fait grief, soit est nécessaire pour atteindre un objectif légitime, soit est contrebalancée par des avantages en termes d'efficacité qui profitent également au consommateur²⁹⁵. C'est à l'entreprise dominante concernée qu'il incombe de faire valoir une éventuelle justification objective et d'avancer, à cet égard, des arguments et des éléments de preuve²⁹⁶. Par ailleurs, si l'effet anticoncurrentiel est sans rapport avec les avantages pour le marché et les consommateurs ou s'il va au-delà de ce qui est nécessaire pour atteindre ces avantages, la pratique commerciale examinée doit être considérée comme abusive²⁹⁷. Un lien de nécessité et de proportionnalité clair doit pouvoir être établi entre les effets restrictifs du système et les gains d'efficacité qui sont répercutés.

300. En ce qui concerne les mesures que l'entreprise en position dominante peut prendre pour préserver ses propres intérêts commerciaux lorsque ceux-ci sont attaqués « *on ne peut admettre de tels comportements lorsqu'ils ont précisément pour objet de renforcer cette position dominante et d'en abuser* »²⁹⁸.

301. En l'occurrence, le Collège estime que, *prima facie*, les justifications objectives avancées par AutoScout24 (voir ci-dessus para. 118) ne sont pas convaincantes.

302. Tout d'abord, l'argument selon lequel la restriction à la portabilité sortante des données serait justifiée pour maintenir les incitations d'AutoScout24 à continuer d'investir dans la qualité et l'innovation, n'emporte pas *prima facie* la conviction du Collège. AutoScout24 met en exergue la qualité de son interface et des outils d'encodage qui, d'après elle, seraient plébiscités par les annonceurs. Or, la

²⁹² Observations AutoScout24, §§ 121-125.

²⁹³ Observations AutoScout24, § 38.

²⁹⁴ Observations AutoScout24, §126.

²⁹⁵ CJUE, arrêt du 27 mars 2012, affaire C-209/10, *Post Danmark*, §§40-41; CJUE, arrêt du 30 Janvier 2020, affaire C-307/18, *Generics (UK) and Others*, §165; CJUE, arrêt du 12 mai 2022, affaire C-377/20, *Servizio Elettrico Nazionale and Others*, §84; CJUE, arrêt du 21 décembre 2023, affaire C-333/21, *European Superleague Company*, §§201-202.

²⁹⁶ CJUE, arrêt du 14 septembre 2022, affaire T-604/18, *Google and Alphabet v Commission (Google Android)*, §601; CJUE, arrêt du 25 février 2025, affaire C-233/23, *Alphabet and Others*, §71.

²⁹⁷ ABC, décision 2012-P/K-32 du 10 décembre 2012 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence dans les affaires. CONC-P/K-05/0067, CONC-P/K-09/0017 et CONC-P/K-10/0016, *Publimap, Link2Biz International et G3 Worldwide Belgium c. bpost*, p. 42, lequel cite CJUE, arrêt du 15 mars 2007, C-95/04 P, *British Airways*, §86.

²⁹⁸ CJUE, arrêt du 30 janvier 2020, affaire C-307/18, *Generics (UK) e.a. c. Competition and Markets Authority*, §149 ; AG Rantos, conclusions dans l'affaire *European SuperLeague Company contre Unión de Federaciones Europeas de Fútbol (UEFA), Fédération internationale de football association (FIFA)*, §128 ; CJUE, arrêt du 14 février 1978, affaire 27/76, *United Brands c. Commission*, §§189-191 – « *Que la sanction du refus de livrer d'une entreprise en position dominante dépassait la mesure qui pouvait être éventuellement et raisonnablement envisagée pour sanctionner une attitude semblable à celle qu'UBC reprochait à Olesen* ».

portabilité sortante des annonces ne réduit nullement les incitants d'AutoScout24 à continuer à innover dans son interface. Au contraire, dans la mesure où, pour être exportées vers carselect.touring.be, les annonces doivent d'abord être encodées sur AutoScout24, et publiées sur son site, AutoScout24 continue à être rémunérée pour les qualités de son interface de publication des annonces et, ce faisant, continue à être incitée à améliorer ces outils pour maintenir son statut de « porte d'entrée » de l'encodage des annonces sur le marché.

303. Ensuite, l'argument d'AutoScout24 selon lequel la restriction à la portabilité des données vers carselect.touring.be constituerait une réaction à une pratique commerciale de gratuité²⁹⁹, susceptible de mener à une duplication sans efforts de son inventaire au profit d'un concurrent, et à une baisse globale des investissements, ne correspond pas non plus aux constats *prima facie* du Collège.

304. Premièrement, le Collège constate que l'évolution de la politique commerciale de TCS ne correspond pas à une pratique gratuite pour les annonceurs (« *Free-to-list* ») mais correspond à une pratique payante en fonction du résultat (« *Pay-per-lead* »), d'ailleurs déployée avec le maintien en parallèle de la formule plus répandue de rémunération par publication (« *Pay-per-listing* »)³⁰⁰. Or, il n'appartient pas à AutoScout24, ni de définir les pratiques commerciales que ses concurrents seraient autorisés à déployer sur le marché, ni le bon niveau de rémunération que ceux-ci devraient négocier avec leurs clients. Deuxièmement, l'ampleur des efforts d'innovation et de marketing du bénéficiaire de l'export de données ne semblent pas mis en péril par l'adoption d'un modèle de rémunération au résultat. En l'occurrence, la Requérante annonce avoir fait récemment d'importants investissements pour l'acquisition de *WildStream/CarFlow*³⁰¹ afin d'améliorer la qualité de ses services. En outre, si, selon la Défenderesse, les efforts de TCS en termes de marketing via Google adWords ont été réduits, cela n'exclut pas que d'autres efforts de marketing aient été augmentés en parallèle (à ce titre, TCS explique en audience avoir augmenté les efforts réalisés via Meta ; sa requête expose également d'autres voies d'action³⁰²). Le Collège constate en outre que la tentative de TCS de passer à un système de rémunération au résultat – et la communication qui a fait suite à cette nouvelle politique – constitue également un effort de marketing et d'innovation. De surcroît, TCS devra encore faire des efforts, pour, d'une part, rassembler le consentement des annonceurs qui accepteraient d'être publiés sur son site³⁰³ et, d'autre part, mettre en place des pratiques de génération de *leads* afin que les annonceurs restent sur sa plateforme et la rémunèrent effectivement – soit, des pratiques qui demanderont elles-mêmes des efforts d'innovation et de marketing. La portabilité des données sortantes sera dès lors susceptible de stimuler les efforts d'innovation de TCS – et, en retour, ceux d'AutoScout24 pour maintenir sa position sur le marché.

305. Deuxièmement, en ce qui concerne la nature des données transférées (brutes ou enrichies), le Collège observe que ces dernières ne semblent pas clairement distinguables : les outils d'aide à l'encodage ont pour effet de pré-populer une partie significative des champs du formulaire d'annonce en sorte que si

²⁹⁹ Lors du refus ultérieur de rétablir l'accès par AutoScout24, seule la nature gratuite de TCS semble avoir été invoquée. Requête, §76.

³⁰⁰ Le Collège observe que cette pratique semble adoptée dans d'autres pays également. (Voy. CMA, décision du 12 février 2019, *eBay Inc/Motors.co.uk*, §54 : " Si les deux parties proposent un modèle de tarification par abonnement mensuel, le système d'eBay repose sur des frais facturés par véhicule mis en vente, tandis que celui de Motor est basé sur le nombre prévu de réponses ou de prospects générés" (traduction libre de : "While both Parties operate a monthly subscription model of pricing, eBay's system is based on a fee per car listed, whereas Motor's is based on expected level of response/leads generated").

³⁰¹ Requête, §72.

³⁰² Requête, note de bas de page n°100.

³⁰³ La nécessité de rassembler les autorisations des annonceurs pour exporter leurs annonces modère également tout risque de parasitisme.

seules les « données brutes » effectivement encodées par l’annonceur étaient exportées, les informations finalement exportées ne seraient que très parcellaires, et vraisemblablement largement inutiles³⁰⁴. Au demeurant, si l’interface d’Autoscout24.be constitue une aide à l’encodage, la validation des données réalisée en fin de processus par l’annonceur – le cas échéant après rectification ou adaptation des données pré-populées par l’interface – a pour effet que les données qui décrivent le véhicule, objectives, non-innovantes, résultent finalement de l’exercice des choix faits par l’annonceur qui les valide et doivent lui être imputées. En conséquence, *prima facie*, il semble que ce ne sont pas des données appartenant à AutoScout24 qui sont exportées. Au demeurant, le fait que, dans son argumentaire, AutoScout24 invite ses concurrents à pallier la cessation de l’export par un ré-encodage manuel³⁰⁵ confirme qu’AutoScout24 ne voit pas ces annonces comme couvertes par un droit de propriété intellectuelle. AutoScout24 n’a d’ailleurs aucun problème à donner ces données à d’autres plateformes.

306. Troisièmement, pour ce qui est de l’argument tenant à la lutte contre le parasitisme et au maintien des incitants à innover, comme précédemment rappelé, pour être justifiée, la pratique en question doit être nécessaire pour permettre l’expression desdits gains d’efficacité – ici, l’innovation – et doit profiter au consommateur. *Prima facie*, ces conditions ne semblent pas réunies. D’une part, comme déjà établi, la cessation des exports vers carselect.touring.be n’est pas nécessaire pour qu’AutoScout24 conserve les incitants à innover dans son interface d’encodage ; même avec l’export des données, AutoScout24 continuera à être rémunérée pour l’encodage et la publication de chaque annonce qui sera faite via sa plateforme. D’autre part, la pratique d’AutoScout24 a pour effet immédiat de mettre fin au *multihoming* en direction de carselect.touring.be, et réduit les services de publication d’annonces automobiles disponibles au consommateur. Ce risque semble plus immédiat et plus probable que les risques allégués de réduction des incitants à l’innovation à long terme.

307. En conséquence, la justification objective avancée par AutoScout24 relative à la mise en place d’un mécanisme « anti-abus », en réaction à une évolution de la pratique commerciale de TCS, ne convainc pas *prima facie*, le Collège.

iii) Conclusion sur l’existence de justification objective prima facie

308. Pour toutes les raisons qui précèdent, le Collège considère *prima facie* qu’il n’y a pas de justifications objectives avancées par AutoScout24 qui permettent de justifier la pratique abusive identifiée.

V.2.2.f Affectation sensible de la concurrence sur le marché belge et du commerce entre les Etats membres

309. L’article 102 TFUE est seulement applicable dans la mesure où l’abus de position dominante est susceptible d’affecter le commerce entre États membres.

310. Pour être susceptible d’affecter le commerce entre États membres, une pratique doit, sur la base d’un ensemble d’éléments objectifs de droit ou de fait, permettre d’envisager avec un degré de probabilité suffisant qu’elle exerce une influence directe ou indirecte, actuelle ou potentielle, sur les courants

³⁰⁴ En audience, AutoScout24 a d’ailleurs confirmé ne pas distinguer les données brutes ou enrichies lors de l’export des données vers une autre plateforme, mais exporter l’intégralité de l’annonce finale.

³⁰⁵ Observations AutoScout24, §13.

d'échanges entre États membres, et cela de manière à faire craindre qu'elle puisse entraver la réalisation d'un marché unique entre États membres³⁰⁶.

311. Il est constant que « lorsqu'une entreprise, qui occupe une position dominante couvrant l'ensemble d'un État membre constitue une entrave abusive à l'entrée, le commerce entre États membres peut normalement être affecté »³⁰⁷. En effet, le fait qu'une pratique concerne l'ensemble du territoire d'un État membre entraîne, par sa nature, un renforcement des cloisonnements nationaux susceptible de restreindre les échanges entre les États membres³⁰⁸.

312. Ainsi, Le Collège considère que la pratique en cause en l'espèce, couvrant l'ensemble du territoire belge, est *prima facie* susceptible d'affecter de manière sensible le commerce entre États membres.

313. Le Collège estime qu'il y a *prima facie* une influence sensible sur la concurrence sur le marché belge.

V.2.2.g Conclusions sur l'existence d'une infraction prima facie

314. Le Collège considère qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer que le fait pour AutoScout24 d'avoir mis fin à la seule solution technique disponible permettant un transfert automatisé des données encodées par ses clients sur sa plateforme vers la plateforme de la Requérante constitue une infraction aux articles IV.2 CDE et 102 TFUE.

V.2.3 Préjudice

315. L'article IV.71 CDE prévoit que des mesures provisoires peuvent être prises s'il est urgent d'éviter une situation qui est susceptible de (i)causer un préjudice grave, imminent et difficilement réparable aux entreprises dont les intérêts sont affectés par les pratiques ou (ii) de nuire à l'intérêt économique général³⁰⁹.

316. À titre liminaire, le Collège note que la question du préjudice lié aux limitations de portabilité entrante ne sera pas abordée. En effet, comme indiqué ci-avant (voir para. 255) le Collège estime qu'il est approprié de se concentrer sur la coupure de l'accès dont la Requérante bénéficiait jusqu'en décembre 2025 et qui est directement à l'origine du préjudice allégué en l'espèce.

V.2.3.a Préjudice à éviter

317. La cour d'appel de Bruxelles a jugé que toute situation moins favorable dans laquelle se trouve une entreprise par rapport à la situation dans laquelle elle se trouverait si elle n'était pas soumise à la pratique restrictive doit être considérée comme un désavantage³¹⁰. Cette définition est utilisée de manière cohérente dans les décisions du Collège de la concurrence³¹¹.

³⁰⁶ CJUE, arrêt du 23 novembre 2006, affaire C-238/05, *Asnef-Equifax*, §34.

³⁰⁷ Commission européenne, Communication de la Commission sur la définition du marché en cause aux fins du droit de la concurrence de l'Union, 22 février 2024, *J.O. C/2024/1645*, §93.

³⁰⁸ CJUE, arrêt du 17 octobre 1972, affaire C-8/72, *Vereniging van Cementhandelaren*, §29 et CJUE, arrêt du 19 février 2002, affaire C-309/99, *Wouters*, §95.

³⁰⁹ ABC, décision BMA-2022-RPR-32 du 20 septembre 2022 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence dans l'affaire MEDE-RPR-22/0004, *Duivenklokken*, §67, p.205.

³¹⁰ CA Bruxelles, arrêt du 28 avril 2016, 2015/MR/1, *FEI c. ABC*, §75.

³¹¹ ABC, décision ABC-2025-RPR-35 du 9 octobre 2025 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence dans l'affaire CONC.RPR.25-0033, *SRAM c. UCI*, §241 ; ABC, décision ABC-2025-RPR-30 du 1 août 2025 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence dans l'affaire CONC-RPR 25/0026, *RFB, KSC Lokeren et RFC Seraing c. URBSFA*, §153 ; ABC, décision BMA-2020-V/M-04 du 23 janvier

318. En outre, les mesures demandées doivent être utiles pour éviter le préjudice. Le Collège de la concurrence a déjà décidé qu'il pouvait prendre des mesures contribuant à limiter le risque d'aggravation du préjudice³¹².

319. Par ailleurs, l'article IV.71 CDE fait référence au préjudice « aux entreprises dont les intérêts sont affectés par ces infractions [au droit de la concurrence] ». Cette disposition ne se limite pas uniquement au « préjudice » subi par la Requêteuse. L'Autorité peut, au contraire, également tenir compte du préjudice causé à des tiers dont les intérêts sont affectés par le comportement infractionnel³¹³.

j) Position des parties

320. La Requêteuse fait valoir que les pratiques d'AutoScout24 entraînent pour elle des conséquences négatives et qu'elles la mettent dans une situation bien moins avantageuse que celle dans laquelle elle se trouvait en l'absence de ces pratiques.

321. La Requêteuse expose premièrement qu'elle n'est, depuis le 11 décembre 2025, plus en mesure de permettre aux revendeurs indépendants de transférer les données de leurs véhicules encodées sur AutoScout24 automatiquement vers sa plateforme. En conséquence, de nombreux revendeurs professionnels ont mis fin à leur contrat avec la Requêteuse ou refusent de conclure un contrat avec la Requêteuse³¹⁴.

322. Deuxièmement, la Requêteuse ajoute que l'absence de nouveaux revendeurs professionnels contribue à une diminution de la fréquentation de la plateforme Touring CarSelect par les acheteurs potentiels, ce qui risque à son tour de renforcer la difficulté pour la Requêteuse de convaincre les revendeurs indépendants de publier leurs annonces sur sa plateforme (effets de réseau, cf. section V.2.1 **Erreur ! Source du renvoi introuvable.**)³¹⁵.

323. Troisièmement, la Requêteuse soutient qu'en raison des pratiques discriminatoires et abusives d'AutoScout24, elle a été contrainte de réaliser des investissements significatifs afin de mettre en place une solution technique – notamment de portabilité entrante – pour tenter de remédier, sans succès, à la diminution de fréquentation de la plateforme³¹⁶. Ces investissements n'auraient pas été nécessaires en l'absence desdites pratiques. De surcroît, ces investissements n'ont pas donné de résultat concret par rapport au problème posé par la pratique.

324. Enfin, la Requêteuse avance que les pratiques mises en œuvre par AutoScout24 affectent sa réputation et son image sur le marché dès lors que sa plateforme, à défaut de mise à jour automatique des informations encodées par les vendeurs professionnels, sera perçue comme un partenaire

2020 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence dans l'affaire MEDE-V/M-19/0041, *BVBA Hector Cue Sports Belgium jegens VZW Belgische Golfbiljart Bond* ("Golfbiljart"), §54; ABC, décision BMA-2018-V/M-28 du 3 septembre 2018 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence dans l'affaire MEDE-V/M-18/0027, *TECO NV t. ABB Industrial solutions BVBA* ("TECO"), §65; ABC, décision nr. BMA-2019-V/M-01 du 22 janvier 2019 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence dans l'affaire nr. MEDE-V/M-18/004, *NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie t. de NV Norkring België* ("Norkring"), §65.

³¹² ABC, décision BMA-2015-V/M-65 du 5 novembre 2015, affaire MEDE-V/M-15/0024, *Proximus N.V. t. Telenet N.V., SBS Belgium N.V. en de V.Z.W. Verenigde Veldritorganisatoren* ("Veldritorganisatoren"), §59.

³¹³ ABC, décision ABC-2020-V/M-26 du 2 juillet 2020, affaire CONC VM-20/0017, *Foodinvest c. Pro League et U.R.B.S.F.A.*, §105.

³¹⁴ Requête, §248.

³¹⁵ Requête, §249.

³¹⁶ Requête, §§250 à 252.

commercial non fiable et que, par conséquent, sa crédibilité en tant que nouvelle plateforme pour les annonces de voitures d'occasion sera affectée³¹⁷.

325. La Défenderesse rappelle à titre liminaire que les conditions de l'article IV.71 CDE sont cumulatives, et que, « *étant donné que les mesures provisoires impliquent l'imposition de restrictions à une entreprise sans qu'aucune infraction n'ait été préalablement constatée, le seuil pour l'imposition de mesures provisoires doit être élevé* »³¹⁸.

326. En outre, la Défenderesse fait valoir qu'elle n'a pas eu accès à l'entièreté des éléments de preuve sur lesquels s'appuie la Requérante pour étayer son préjudice. Ce faisant, la Défenderesse indique se trouver dans l'impossibilité de vérifier la méthodologie utilisée par la Requérante pour attester la perte de [CONFIDENTIEL]% du chiffre d'affaires en raison des pratiques d'AutoScout24³¹⁹.

327. À ce titre, la Défenderesse rappelle que, conformément à l'article IV.73, §3 CDE, le Collège ne peut fonder son appréciation sur des informations qui n'ont pas été mises à sa disposition de sorte que toute constatation ou conclusion de l'auditeur fondée sur ces éléments doit être écartée³²⁰.

ii) Appréciation du Collège

328. À titre liminaire, pour ce qui est de l'argument de la Défenderesse relatif à un « *seuil élevé* » de mise en œuvre de l'article IV.71 CDE le Collège rappelle que pour une demande de mesures provisoires, il n'est pas nécessaire que la violation du droit de la concurrence soit établie avec la même certitude que dans une décision finale, ni qu'il s'agisse d'une violation claire et manifeste³²¹. Toutefois, l'existence d'une infraction *prima facie* doit avoir une vraisemblance suffisante afin de pouvoir justifier des mesures provisoires³²². Il n'est donc pas exact de considérer qu'un seuil élevé de mise en œuvre serait nécessaire au titre que « *les mesures provisoires impliquent l'imposition de restrictions à une entreprise sans qu'aucune infraction n'ait été préalablement constatée* ».

329. Pour ce qui est du préjudice à éviter, le Collège considère que l'interdiction faite par AutoScout24 à l'entreprise Hexon de transférer les données des revendeurs professionnels vers carselect.touring.be place bien TCS dans une situation moins avantageuse que celle dans laquelle elle se trouvait en l'absence de la pratique. La dégradation de la situation de TCS se manifeste par une perte de clients actuels et potentiels³²³ ainsi qu'une dégradation de la qualité de ses services résultant de l'absence de mise à jour des annonces initialement exportées depuis AutoScout24, et dont on peut raisonnablement admettre qu'elles se périment avec l'écoulement du temps, au fur et à mesure que les véhicules sont vendus, sans que l'information de la clôture de l'annonce sur Autoscout24 ne parvienne à TCS pour pouvoir également procéder à son retrait³²⁴.

³¹⁷ Requête, §253.

³¹⁸ Observations d'AutoScout24, §151.

³¹⁹ Observations d'AutoScout24, §155.

³²⁰ Observations d'AutoScout24, §156.

³²¹ ABC, Golfbiljart Bond, *op. cit.*, §23.

³²² ABC, Golfbiljart Bond, *op. cit.*, §23.

³²³ Requête, §§261-269 ; Requête, pièces C.3 à C.6, C.8 à C.11, C.13 et C.14, C.17 à C.19. Les pièces C.1 et C.12 évoquent des suspensions de paiement ; la pièce C.7 sollicite réduction du montant facturé par TCS.

³²⁴ Observations de l'Auditeur, §156.

330. Le fait que AutoScout24 n'ait accès qu'à une version non-confidentielle, caviardée de la pièce E.9 de TCS de sorte qu'elle ait été dans l'impossibilité de vérifier la méthodologie utilisée par la Requérante est sans incidence à ce stade, dans la mesure où l'existence du préjudice est établie par d'autres pièces et constats.

331. Le Collège estime dès lors qu'il est établi que les pratiques d'AutoScout24 sont de nature à porter préjudice au sens de l'article IV.71 CDE à la Requérante.

V.2.3.b Préjudice grave

332. La gravité du préjudice suppose que celui-ci soit lourd et substantiel pour l'entreprise requérante, de sorte qu'un préjudice est considéré comme grave lorsqu'il affecte une partie importante de l'activité du requérant³²⁵.

i) Position des parties

333. Selon la Requérante, le préjudice est grave en l'espèce car les pratiques d'AutoScout24 sont susceptibles d'affecter négativement une part importante de son activité.

334. À l'appui de cet argument, la Requérante avance que suite aux pratiques d'AutoScout24, elle ne peut plus offrir aux petits revendeurs indépendants la possibilité de publier leurs annonces sur sa plateforme via un transfert automatique de leurs données encodées dans AutoScout24. En réaction à cette situation, la Requérante évoque qu'un nombre significatif de revendeurs indépendants ([CONFIDENTIEL]%) a décidé de renoncer à ses services, et que d'autres sont susceptibles d'adopter une décision similaire à court terme³²⁶. La Requérante fait ainsi état de nombreux courriels qu'elle aurait reçus de clients afin d'exiger des rabais ou de résilier les contrats passés avec cette dernière en raison de l'absence d'interopérabilité entre sa plateforme et celle d'AutoScout24³²⁷.

335. En outre, la Requérante déclare être dans l'incapacité de développer de nouveaux partenariats et d'acquérir de nouveaux clients en raison des pratiques d'AutoScout24. Elle précise à cet égard que d'importants clients potentiels ont manifesté le refus de mettre leurs annonces sur sa plateforme, au motif que cela nécessiterait un double encodage. La Requérante rappelle à ce titre que les revendeurs indépendants constituent la plus grande partie du marché ainsi que la clientèle la plus rentable pour les plateformes en ligne offrant des services de publication d'annonces de véhicules d'occasion³²⁸.

336. En outre, une telle situation affecte également le volume de trafic sur la plateforme de la Requérante, poussant cette dernière à investir d'importants montants afin de générer ce trafic. Or, la Requérante soutient que de tels investissements ne peuvent être maintenus si la plateforme ne parvient pas à avoir une croissance suffisante pour atteindre le seuil de rentabilité dans un délai raisonnable.

337. Selon la Requérante, le manque à gagner résultant de la perte de clients existants et de l'impossibilité d'acquérir de nouveaux clients est donc significatif et menace sa viabilité à court terme³²⁹. La Requérante estime qu'en se basant sur les clients ayant clairement exprimé leur volonté de résiliation de contrat et

³²⁵ CA Bruxelles, arrêt du 18 décembre 1996, Honda, Ann. prat. comm., 1996, p. 836, §7.2.

³²⁶ Requête, §§265-267.

³²⁷ Requête, §263.

³²⁸ Requête, §273.

³²⁹ Requête, §272.

ceux ayant renoncé à en conclure en l'absence de solution technique à ces pratiques, la baisse de son chiffre d'affaire mensuel peut être évaluée à [CONFIDENTIEL]%. Par conséquent, la Requêteur indique que son développement se trouve directement affecté par les pratiques d'AutoScout24³³⁰.

338. La Défenderesse conteste l'impact de la cessation de l'exportation des annonces d'AutoScout24 vers la Requêteur.

339. D'une part, la Défenderesse conteste l'argument de la Requêteur selon lequel cette dernière serait, en raison des pratiques de la Défenderesse, confrontée à une perte du chiffre d'affaires de l'ordre de [CONFIDENTIEL]%. Selon la Défenderesse, la proportion des annonces perdues par la Requêteur en l'absence de mesures proactives de sa part représente [CONFIDENTIEL]% de l'ensemble des annonces, et la perte de clients ne représente que [CONFIDENTIEL]% de sa clientèle, dans lesquels seulement [CONFIDENTIEL]% des clients justifient leur résiliation de contrat avec la Requêteur uniquement par la cessation de l'exportation des annonces par AutoScout24³³¹.

340. Selon la Défenderesse, il est donc factuellement incorrect d'attribuer la résiliation des contrats présentés par la Requêteur uniquement à AutoScout24 dès lors que quatre des dix correspondances fournies par la Requêteur indiquent clairement qu'il existe d'autres raisons, comme l'absence de ventes, l'absence de leads ou encore l'absence de retours, ayant poussé les clients de la Requêteur à prendre la décision de résilier leur contrat avec elle. Pour la Défenderesse, il ne peut être exclu que ces motifs de résiliation soient liés au modèle économique de « free to-list » choisi par la Requêteur.

341. D'autre part, la Défenderesse remet également en cause l'allégation de la Requêteur selon laquelle la perte de revenus estimée à [CONFIDENTIEL]% qu'elle avance serait due à l'absence de nouveaux clients potentiels en raison de la suppression de l'exportation des annonces d'AutoScout24³³².

342. Selon elle, ce sont les changements de modèle économique appliqués par la Requêteur qui ont pu contribuer à la perte de revenus. À ce titre, la Défenderesse constate que la baisse du nombre de visites sur carselect.touring.be suit une diminution des dépenses de la Requêteur en matière de trafic payant au cours de la même période. La Défenderesse indique ensuite que l'affirmation de la Requêteur selon laquelle elle dépenserait entre [CONFIDENTIEL] euros en publicité numérique n'est pas corroborée par les données Similarweb et se dit convaincue que le chiffre fourni par la Requêteur dépasse de loin son niveau réel de dépenses publicitaires, renforçant ainsi l'impression de la Défenderesse selon laquelle la Requêteur est manifestement trompeuse³³³. En outre, la Défenderesse soutient que la Requêteur n'a pas investi dans le développement d'une version pour application mobile de son site internet comme l'ont fait AutoScout24 ou encore 2ememain. Ces éléments mènent la Défenderesse à conclure que la baisse alléguée de revenus de la Requêteur pourrait être due à de nombreux facteurs sans rapport avec la cessation de l'exportation des annonces d'AutoScout24³³⁴.

343. La Défenderesse conclut donc qu'il n'y a pas de préjudice grave qu'il faille éviter par des mesures provisoires.

³³⁰ Requête, §269.

³³¹ Observations d'AutoScout24, §160.

³³² Observations d'AutoScout24, §166.

³³³ Observations d'AutoScout24, §168.

³³⁴ Observations d'AutoScout24, §169.

ii) **Appréciation du Collège**

344. Le Collège considère que le préjudice lié à la perte de clientèle identifié ci-dessus est *prima facie* grave. Les attestations produites par TCS permettent de considérer à première vue qu'une érosion de la clientèle est engagée à cause de la pratique litigieuse³³⁵.

345. AutoScout24 fait valoir que quatre des attestations produites par la partie Requérante évoquent *aussi* d'autres griefs que la cessation de la portabilité sortante. Cette cessation de portabilité ne serait dès lors qu'une cause secondaire à la résiliation du contrat avec TCS. Toutefois, le Collège observe que ceci n'est pas de nature à remettre en cause le constat *prima facie* qui se dégage de la lecture de ces documents, selon lequel la cessation de la portabilité sortante est déterminante dans la décision des annonceurs de mettre fin à leur adhésion à carselect.touring.be, comme le soutient la Requérante³³⁶.

346. Les chiffres mis en avant par AutoScout24 pour réduire l'apparence de la gravité du préjudice, (et selon lesquels les défections ne représenteraient que [CONFIDENTIEL]% de l'ensemble des annonces de TCS, et seulement [CONFIDENTIEL]% de sa clientèle)³³⁷ ne convainquent pas mieux. Premièrement, les pièces fournies par TCS permettent de considérer que la perte de clientèle, déjà engagée, risque vraisemblablement de continuer³³⁸. Deuxièmement, la perte de l'accès au segment de marché des petits indépendants plus rentable accroît la gravité du préjudice. Troisièmement, l'érosion de clientèle peut devoir être compensée par des stratégies alternatives telles qu'une augmentation des frais de marketing, à une époque où TCS n'a pas atteint la "masse critique" nécessaire pour assurer sa pérennité sur le marché et est susceptible d'épuiser ses fonds propres de lancement.

347. En cela, les critiques formulées par AutoScout24, selon lesquelles TCS aurait abandonné ses efforts d'investissement marketing et serait elle-même à l'origine de la perte de clientèle dont elle se plaint, ne sont pas convaincants. Les extraits de SimilarWeb³³⁹ destinés à démontrer la baisse des investissements

³³⁵ Requête, pièces C.3 à C.6, C.8 à C.11, C.13 et C.14, C.17 à C.19.

³³⁶ Le Collège souligne, dans chacune des pièces litigieuses, le passage qui se rapporte à la cessation de la portabilité et constate qu'il contribue à fonder la décision de résiliation :

Pièce C.11 de la Requérante (traduction libre) : « *Nous souhaiterions résilier notre contrat pour Touring Carselect. De préférence le plus rapidement possible, sinon à compter du premier jour suivant la date d'échéance contractuelle fixée.*

Nous constatons qu'au cours de l'année écoulée, aucun véhicule n'a été effectivement vendu via ce canal. Nous remarquons également que la synchronisation avec Autoscout24 ne fonctionne pas et que nous devons compléter manuellement les données manquantes sur cette plateforme. Cela est peu efficace et il ne nous intéresse donc absolument plus de continuer à utiliser cette plateforme. Veuillez nous confirmer par retour de courrier la date à laquelle le contrat sera définitivement résilié. (Original en gras).

Pièce C.13 de la Requérante (traduction libre) : « *Je souhaiterais résilier mon abonnement pour Touring Car Select. Je ne reçois malheureusement aucun lead, et l'import automatique ne semble plus fonctionner non plus.*

Pièce C.14 de la Requérante: « *Suite à notre conversation téléphonique, nous confirmons notre volonté de résilier notre contrat. Les conditions lors de la signature du contrat ne sont plus d'application. La liaison AUTOSCOUT n'est plus effective et nous n'avons pas assez de retour via votre plateforme. Merci d'avance pour la suite que vous réserverez à notre demande.* »

Pièce C.19 de la Requérante : « *Comme déjà mentionné oralement, nous souhaiterions mettre fin à notre contrat chez vous à partir de la fin de ce mois.*

Malheureusement, la réponse attendue n'est pas au rendez-vous et nous n'avons vendu qu'un seul véhicule effectivement via votre plateforme depuis le début de notre contrat. Beaucoup de demandes de financement, mais elles n'aboutissent finalement jamais.

Étant donné que le prix est désormais nettement plus élevé, nous devons constater que cela ne nous rapporte plus rien.

Nous trouvons également regrettable qu'il n'y ait plus de synchronisation via Autoscout et que nous devons tout encoder à nouveau manuellement — cela nous fait perdre beaucoup trop de temps. »

³³⁷ Observations d'AutoScout24, §160.

³³⁸ Les pièces C.1 et C.12 évoquent des suspensions de paiement ; la pièce C.7 sollicite réduction du montant facturé par TCS). Il est raisonnable de penser que cette insatisfaction temporaire peut déboucher sur une résiliation si l'obstacle est maintenu.

³³⁹ Observations d'AutoScout24, illustration 4, p.15.

de TCS dans la publicité payante ne sont en effet pas concluants dans la mesure où les investissements marketing déclarés par TCS ne sont pas limités à la publicité payante « Google ads » mais recouvrent également des publicités payantes « Meta ads » (voir ci-dessus para. 305), « *l'achat de backlinks (liens placés sur des sites internet tiers qui renvoient vers le site de Touring CarSelect), l'écriture de contenu sur les pages du site web, la création et le partage de contenu sur les réseaux sociaux, etc* »³⁴⁰, qui ne semblent pas couverts par le « paiement au clic »³⁴¹ documenté auprès de Similarweb.

348. De surcroît, le Collège considère que les effets que la Requérante est en mesure de démontrer sous-estiment la gravité réelle du préjudice qu'elle est susceptible de subir compte tenu des effets de réseau indirects caractérisant le marché³⁴² et de sa qualité de nouvel entrant n'ayant pas encore atteint sa masse critique (voir ci-dessus para. 141). Le Collège note que dans ce type de marché de plateformes d'intermédiation, l'importance des effets observés sur le marché à court terme sur le marché, tels que la perte de chiffre d'affaires ou le manque à gagner par rapport à un scénario contrefactuel, est susceptible d'augmenter fortement à court ou moyen terme, ceci est particulièrement vrai dans le cas de nouveaux entrants en phase de développement.

349. Le Collège ajoute que la gravité de la pratique en cause est renforcée par deux éléments. Premièrement, en sa qualité de nouvel entrant contraint d'investir en matière de marketing, TCS est tenue de maintenir, si ce n'est d'augmenter, ces investissements afin d'atténuer les effets de la pratique en cause alors même qu'elle affecte son chiffre d'affaires et, partant, sa capacité d'investissement. Deuxièmement, l'absence de mise à jour des données encodées sur la plateforme carselect.touring.be entraîne une dégradation de l'offre de TCS, susceptible de renforcer à son tour la perte de clients.

350. Le Collège estime dès lors que le préjudice exposé par la Requérante est grave.

V.2.3.c Préjudice imminent

351. L'exigence d'immédiateté implique que le préjudice invoqué est actuel ou imminent au moment de la demande de mesures provisoires³⁴³. Il n'est pas nécessaire que le préjudice difficile à réparer se soit concrétisé au moment du dépôt de la demande.

i) Position des parties

352. La Requérante expose que le préjudice est imminent dès lors que de nombreux vendeurs professionnels ont déjà décidé de rompre leur contrat avec elle et que d'autres revendeurs professionnels envisagent de le faire également, de sorte que c'est l'entièreté des revendeurs indépendants qui est susceptible de mettre un terme à leur contrat dans les prochains mois à défaut de rétablissement du transfert automatique depuis ainsi que vers la plateforme d'AutoScout24³⁴⁴.

³⁴⁰ Requête, note de bas de page n° 100.

³⁴¹ Observations d'Autoscout24, §38.

³⁴² CJUE, arrêt du 10 septembre 2024, affaire C 48/22 P, *Google LLC et Alphabet Inc.*, §159.

³⁴³ ABC, décision BMA-2014-V/M-14 du 11 juillet 2014, affaire MEDE-V/M-14/0014, *Claude Feltz N.V. jegens BMW Belgium Luxembourg N.V.*, §57; ABC, décision ABC-2025-RPR-30 du 1^{er} août 2025, affaire CONC-RPR-25/0026, *Duivenklokken*, §164.

³⁴⁴ Requête, §§281 et suivants.

353. En outre, la Requérante indique que les pratiques mises en œuvre par AutoScout24 menacent sa pérennité car [CONFIDENTIEL]^{345 346}.

354. Selon la Défenderesse, la Requête ne fait aucune démonstration de l'existence d'une quelconque urgence à imposer des mesures provisoires pour éviter un préjudice imminent et difficile à réparer.

355. AutoScout24 avance que la perte de [CONFIDENTIEL]% des annonces par la Requérante est loin de constituer un risque imminent de cessation d'activité ou tout autre préjudice difficilement réparable pour la position concurrentielle de la Requérante, particulièrement au vu du fait que ces préjudices pourraient facilement être corrigés par cette dernière, notamment en gérant manuellement les annonces concernées et/ou en développant un outil d'automatisation à cette fin³⁴⁷.

356. De plus, la Défenderesse relève que rien n'indique que les mesures provisoires demandées permettraient de rétablir la situation financière de la Requérante. Selon la Défenderesse, alors que les vendeurs indépendants menaçant de résilier leur contrat illustrent une demande visant à ce que la Requérante trouve une solution pour remédier au double encodage qu'ils doivent effectuer, la Requérante cherche à parasiter les investissements d'AutoScout24 et à instrumentaliser l'ABC.

357. De manière plus générale, la Défenderesse considère difficile d'imaginer que l'impact limité de l'arrêt de l'exportation des annonces depuis sa plateforme puisse entraîner la sortie de la Requérante du marché et ce, avant toute décision sur le fond en raison du fait que la Requérante bénéficie du soutien d'investisseurs importants, notamment BNP Paribas Fortis, AG Insurance et Touring qui disposent de moyens financiers suffisants afin de maintenir la Requérante sur le marché.

ii) Appréciation du Collège

358. Le Collège constate *prima facie* que le préjudice de la Requérante est imminent dès lors que la coupure de la portabilité sortante affecte déjà la situation concurrentielle de cette dernière par la perte de clients actuels et potentiels ainsi que par la perte de revenus.

359. En outre, au vu des besoins de [CONFIDENTIEL] dont fait état la Requérante ainsi que des délais inhérents à une instruction au fond, le Collège considère que le risque de disparition de la Requérante existe déjà ; *a fortiori*, il risque de se matérialiser avant la décision au fond³⁴⁸.

360. Pour le solde, le Collège a déjà constaté ci-avant que la gestion manuelle des annonces – et leur mise à jour – n'était pas *prima facie* une solution crédible (para. 260).

361. Le Collège conclut donc que le préjudice de la Requérante est imminent.

V.2.3.d Préjudice difficilement réparable

³⁴⁵ Requête, §276.

³⁴⁶ Requête, §§276 et 277.

³⁴⁷ Observations d'AutoScout24, §173.

³⁴⁸ Observations de l'auditeur, §178.

362. Le préjudice est difficile à réparer lorsque la situation telle qu'elle évoluerait sans les mesures provisoires ne peut plus être rétablie par la décision au fond. C'est le cas lorsque l'entreprise concernée risque de disparaître du marché ou lorsque la pratique restrictive de concurrence perturbe de manière irréparable les conditions de concurrence³⁴⁹.

i) Position des parties

363. Selon la Requérante, le préjudice est difficilement réparable en l'espèce, dès lors qu'en tant que nouvelle plateforme en ligne, elle doit rapidement atteindre une masse critique d'annonceurs et d'utilisateurs pour lui permettre d'assurer sa survie sur le marché. En l'espèce, la Requérante avance qu'en l'absence d'un rétablissement de transfert de données depuis et vers la plateforme d'AutoScout24 à court terme, elle ne sera pas en mesure d'assurer ce développement ni de convaincre des annonceurs et consommateurs d'utiliser sa plateforme, menaçant ainsi le maintien de ses activités sur le marché³⁵⁰.

ii) Appréciation du Collège

364. En l'espèce, le Collège considère *prima facie* que la pratique en cause est susceptible de causer deux types de préjudices difficilement réparables, de nature à justifier l'adoption de mesures provisoires.

365. D'une part, le Collège estime vraisemblable, au vu des spécificités de la dynamique concurrentielle dans un marché de plateformes d'intermédiation, que la pratique litigieuse et les résiliations de contrat des annonceurs qu'elle entraîne mettent en péril la pérennité de TCS en raison de la perte du *momentum* de croissance nécessaire pour l'acquisition d'une taille critique suffisante afin de ne plus dépendre de dépenses irrécupérables de marketing sur le marché. À cet égard, le Collège relève que les pratiques en cause ont déjà un impact négatif sur sa base de clients installés et sur la dynamique de ses résultats, alors que des effets de réseau indirects caractérisant le marché risquent également d'emporter une dégradation de la situation de la Requérante pouvant mener à sa disparition du marché. En outre, le Collège relève que les éléments mis en avant par la Requérante rendent vraisemblable une attrition de ses finances par la perte de ses clients et le recul de ses ventes. En cela, la présence d'AG Insurance, BNP Paribas Fortis et Touring parmi les actionnaires de TCS ne suffit pas à écarter le risque de sa disparition du marché. Les estimations de la Requérante indiquent que [CONFIDENTIEL]³⁵¹.

366. D'autre part, le Collège constate que la détérioration de la qualité du site carselect.touring, en raison du maintien des annonces périmées, constitue *prima facie* un préjudice grave de nature à affecter sa crédibilité³⁵² tant à l'égard des consommateurs qu'à l'égard des annonceurs dès lors qu'aucun de ses clients et utilisateurs ne souhaite perdre son temps avec des annonces obsolètes et des démarches régulièrement inutiles et chronophages³⁵³. Cette situation est par ailleurs aggravée pour les annonceurs qui auraient opté pour la formule tarifaire au résultat ("*Pay-per-lead*") : la prise de contact par les

³⁴⁹ ABC, décision BMA-2014-V/M-14 du 11 juillet 2014, affaire MEDE-V/M-14/0014, *Claude Feltz N.V. jegens BMW Belgium Luxembourg N.V.*, §20; ABC, décision ABC-2025-RPR-30 du 1^{er} août 2025, affaire CONC-RPR-25/0026, *Duivenklokken*, §166.

³⁵⁰ Requête, §289.

³⁵¹ Requête, §276.

³⁵² L'atteinte à la réputation de l'entreprise constitue une catégorie classique de risque de préjudice grave et difficilement réparable, car difficilement évaluable en argent. Voy. par exemple ABC, décision ABC-2017-V/M-24 du 19 juin 2017 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence, affaire CONC-V/M-17/0017, *Groupe MediCare-Market c. Ordre des pharmaciens*, p.75 ; ABC, décision BMA-2014-V/M-14 du 11 juillet 2014 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence, affaire MEDEV/M-14/0014, *Claude Feltz N.V. tegens BMW Belgium Luxembourg N.V.*, p.31, §56.

³⁵³ Voyez par exemple Requête, pièces C.1 et C.18.

consommateurs sera devenue inutile mais leur sera automatiquement facturée malgré cela – sauf s’ils font les démarches auprès de TCS pour être remboursés. Ce n’est donc pas seulement la qualité et la réputation de carselect.touring.be qui en seront abimées, mais également la crédibilité de la nouvelle formule commerciale qu’elle a proposée pour rompre avec les usages habituels sur le marché. Le préjudice réputationnel subi par TCS apparaît d’autant plus grave que cette dernière concentre ses efforts sur la construction d’une image de sérieux, fondée notamment sur la mise en œuvre de critères de qualité rigoureux dans la sélection des véhicules dont les annonces sont publiées.

367. Le Collège estime par conséquent qu’il n’est pas manifestement déraisonnable de constater que la pratique en cause infligera à TCS un préjudice difficilement réparable.

V.2.3.e Lien causal entre l’infraction et le préjudice

368. Après avoir établi l’existence d’un préjudice grave, imminent et difficilement réparable, il convient d’examiner s’il existe un lien de causalité entre les griefs (l’existence d’une violation *prima facie* du droit de la concurrence) et ce préjudice³⁵⁴.

i) Position des parties

369. La Requérante affirme que le préjudice résulte de manière directe et évidente des pratiques abusives mises en œuvre par AutoScout24.

370. La Requérante avance qu’en l’absence de ces pratiques, les revendeurs indépendants ne refuseraient pas de régler leurs factures et ne seraient pas enclins à mettre fin à leurs relations commerciales avec elle. Cela vaut aussi pour les annonceurs potentiels, qui ne seraient pas dissuadés de collaborer avec la Requérante.

371. À l’appui de ces arguments, la Requérante se réfère aux multiples courriels qu’elle a reçus, lesquels reprennent des échanges avec des annonceurs à ce sujet. Elle précise que ces correspondances illustrent clairement le lien causal existant entre les pratiques mises en œuvre par AutoScout24 et le renoncement des revendeurs indépendants à continuer d’utiliser sa plateforme.

ii) Appréciation du Collège

372. Le Collège estime que le lien de causalité entre l’infraction *prima facie* et le préjudice subi par la Requérante est établi étant donné que la perte de clients et le risque de disparition dont fait état la Requérante proviennent directement de la coupure d’accès à la portabilité sortante des données encodées sur la plateforme d’AutoScout24. Les attestations produites par TCS³⁵⁵ et les griefs qui y sont exprimés par les annonceurs suffisent à établir le lien causal entre leur départ et la rupture de la portabilité sortante.

V.2.4 Atteinte à l’intérêt économique général

373. Au travers de l’adoption de mesures provisoires, au regard de l’article IV.71 CDE, le Collège peut être amené à protéger les entreprises dont les intérêts sont affectés par les pratiques en cause mais aussi à protéger l’intérêt économique général. Le Collège rappelle qu’il doit, afin de protéger l’intérêt général au

³⁵⁴ ABC, décision ABC-2020-V/M-36 du 19 novembre 2020, affaire CONC-V/M-20/0012, *RE Virton*, §125.

³⁵⁵ Requête, Pièces C.3 à C.6, C.8 à C.11, C.13 et C.14, C.17 à C.19.

sens de l'article IV.71 CDE, veiller à assurer la mise en œuvre effective des règles de concurrence³⁵⁶. Le Collège fonde cette interprétation sur l'obligation qui incombe aux États membres de veiller à l'efficacité de l'application des règles de concurrence³⁵⁷.

374. En particulier, le dommage à l'intérêt économique général comprend le dommage au fonctionnement du marché³⁵⁸. Cette lecture est confirmée par l'article 12 de la Directive (UE) n° 2019/1 aux termes duquel « [l]es États membres veillent à ce qu'au moins dans les cas d'urgence justifiés par le fait qu'un préjudice grave et irréparable risque d'être causé à la concurrence, les autorités nationales de concurrence soient habilitées à agir de leur propre initiative, pour ordonner, par voie de décision sur la base d'un constat *prima facie* d'infraction aux dispositions de l'article 101 ou 102 TFUE, l'imposition de mesures provisoires aux entreprises et associations d'entreprises »³⁵⁹.

375. Par ailleurs, le Collège rappelle qu'afin de protéger l'intérêt économique général au sens de l'article 71 CDE, il doit également s'assurer que ses décisions aient un effet utile³⁶⁰. Ainsi, le Collège doit assurer que la décision au fond qui sera adoptée par l'ABC dans la présente affaire puisse encore avoir un effet utile³⁶¹.

j) Position des parties

376. Selon la Requérante, les pratiques mises en œuvre par AutoScout24 doivent être considérées comme engendrant un dommage à l'intérêt économique général³⁶².

377. Premièrement, les pratiques alléguées restreignent, voire empêchent, une concurrence entre plateformes de publication d'annonces de véhicules d'occasion dès lors que le développement de plateformes concurrentes dépend du bon vouloir d'AutoScout24.

378. Deuxièmement, les pratiques alléguées portent préjudice aux revendeurs professionnels, et particulièrement aux revendeurs indépendants qui, selon la Requérante, dépendent entièrement d'AutoScout24 et se trouvent dans l'impossibilité de faire jouer la concurrence afin de bénéficier de conditions plus avantageuses pour la publication de leurs annonces sur le site d'AutoScout24.

379. Troisièmement, les pratiques alléguées ont également un effet d'éviction sur les développeurs de logiciels VMS qui ne peuvent désormais plus convaincre les revendeurs indépendants de l'utilité de leur outil.

380. Quatrièmement, la Requérante exprime que l'augmentation importante des frais d'annonce pour les revendeurs professionnels est susceptible de se reporter sur les consommateurs finaux, à savoir les

³⁵⁶ ABC, décision ABC-2023-RPR-17 du 21 juin 2023, affaire CONC-RPR-23/002, *EDPnet*, §166; ABC, décision Feltz I, *op. cit.*, §77; ABC, décision Golfbiljart, *op. cit.*, §61.

³⁵⁷ CJUE, arrêt du 7 décembre 2010, affaire C-439/08, *Vebic*, §58.

³⁵⁸ ABC, décision *EDPnet*, *op. cit.*, §167.

³⁵⁹ Directive (UE) 2019/1 du Parlement Européen et du Conseil visant à doter les autorités de concurrence des états membres des moyens de mettre en œuvre plus efficacement les règles de concurrence et à garantir le bon fonctionnement du marché intérieur, PB L 11/3.

³⁶⁰ ABC, décision *EDPnet*, *op. cit.*, §168; ABC, décision Feltz I, *op. cit.*, §77.

³⁶¹ ABC, décision *EDPnet*, *op. cit.*, §168; ABC, décision ABC-2020-V/M-26 du 2 juillet 2020, *Foodinvest*, §110; ABC, décision ABC-2018-V/M-11 du 18 septembre 2018 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence, affaire CONC-V/M-17/0037, *Lisa Nooren en Henk Nooren Handelsstal SPRL*, §199.

³⁶² Requête, §294.

acheteurs. En outre, la Requêteuse relève également que les pratiques en cause privent les consommateurs finaux d'alternatives mieux structurées et plus avantageuses qu'AutoScout24.

381. La Défenderesse affirme qu'il n'y a aucune nécessité urgente de prévenir un préjudice allégué à l'intérêt économique général à la suite du comportement d'AutoScout24. A ce titre, la Défenderesse évoque que les autres plateformes ne sont pas impactées par ce comportement et que la Requêteuse n'a plus accès aux exportations depuis la plateforme d'AutoScout24 en raison de son changement unilatéral de modèle économique et non en raison d'une tentative d'AutoScout24 de l'exclure du marché³⁶³.

382. La Défenderesse remet également en cause le fait que les vendeurs indépendants dépendraient d'AutoScout24 dès lors que ces derniers peuvent faire de la publicité sur plusieurs plateformes simultanément, ayant pour conséquence qu'un même véhicule se retrouve régulièrement mis sur plusieurs plateformes³⁶⁴.

ii) Appréciation du Collège

383. Le Collège estime *prima facie* que la pratique en cause est susceptible de porter atteinte à l'intérêt économique général dans la mesure où elle affecte la concurrence sur le marché pertinent à plusieurs égards, et déploie ses effets immédiats au détriment des revendeurs indépendants et des consommateurs.

384. Le Collège partage le constat de l'auditeur³⁶⁵ selon lequel la pratique en cause affecte la réputation de la Requêteuse et risque également d'affecter différents types d'acteurs sur le marché en cause ainsi que sur d'autres marchés.

385. Tout d'abord, le Collège considère que la pratique en cause, en ce qu'elle porte atteinte à la réputation de la Requêteuse auprès des acheteurs potentiels et des vendeurs indépendants, et en ce qu'elle augmente les barrières à l'entrée sur le marché concerné, risque de dissuader d'autres acteurs d'entrer sur le marché belge ou d'innover par exemple par le biais de tarifs potentiellement différents voire plus attractifs que ceux d'AutoScout24.

386. De plus, le préjudice de la Requêteuse est renforcé par le fait que TCS exerce une concurrence nouvelle sur le marché, apparentée à celle d'un « franc-tireur » (« *maverick* »). TCS semble présenter la capacité de devenir un acteur exerçant une pression concurrentielle sur AutoScout24 à moyen terme. D'une part, TCS bénéficie d'un nom de domaine associé à une image de professionnalisme et se démarque en se positionnant sur la qualité des véhicules vendus. D'autre part, l'adoption d'une structure tarifaire au résultat « pay-per-lead » constitue une nouveauté que les clients pourraient plébisciter sur le marché. L'impossibilité de développer pareilles nouveautés compte tenu des pratiques en cause, est susceptible de porter préjudice à la dynamique concurrentielle sur le marché pertinent.

387. Ensuite, le Collège rappelle que la pratique en cause est susceptible de produire des effets négatifs sur les petits revendeurs indépendants. S'agissant d'abord des clients de la Requêteuse, la pratique en cause a pour conséquence que les annonces publiées sur sa plateforme ne sont plus mises à jour, ce qui nécessite des ressources supplémentaires de gestion des appels inutiles et emporte des risques de perte

³⁶³ Observations d'AutoScout24, §179.

³⁶⁴ Observations d'AutoScout24, §181.

³⁶⁵ Observations de l'auditeur, §193.

de crédibilité auprès des acheteurs potentiels. Pour les revendeurs indépendants qui ne sont pas clients de la Requêteurante mais souhaitent le devenir, la pratique en cause implique qu'un second encodage est nécessaire, ce qui engendre une perte de temps et de ressources. Concernant l'ensemble des revendeurs indépendants, la pratique en cause réduit les possibilités de multihoming, limite leur choix et conduit également à leur verrouillage en rendant plus coûteux leur désaffiliation d'AutoScout24, ce qui est de nature à lui permettre d'augmenter ses prix.

388. Enfin, le Collège considère que la pratique en cause peut également avoir un effet négatif sur les intermédiaires techniques (tels que Hexon ou d'autres intermédiaires) et sur les consommateurs finaux. Ces derniers sont susceptibles de perdre du temps en consultant sur la plateforme de la Requêteurante des annonces qui ne sont pas mises à jour. D'autre part, en ce qu'elle empêche la concurrence de se développer, la pratique en cause peut mener à des augmentations de prix par AutoScout24 au détriment des annonceurs, lesquelles sont susceptibles d'être répercutées sur le consommateur final. Or, les augmentations régulières des prix opérés par AutoScout24 ces dernières années³⁶⁶ laissent à penser que les capacités d'absorption des annonceurs ont déjà été régulièrement mises à contribution.

389. Le Collège conclut donc que les effets potentiels de cette coupure sur la dynamique de concurrence en place sur le marché pertinent, d'une part, ainsi que sur les différents types d'acteurs du marché et sur les marchés voisins, d'autre part, permettent de considérer que l'infraction *prima facie* est susceptible de nuire à l'intérêt économique général.

V.2.5 Mesures demandées

V.2.5.a Description des mesures demandées

390. Conformément à l'article IV.71 CDE, la Requêteurante demande au Collège, dans l'attente d'une décision sur le fond quant à la plainte de la Requêteurante, d'adopter les mesures provisoires suivantes, :

- a. imposer à AutoScout24 de permettre le transfert des données de véhicules depuis sa plateforme vers la plateforme de la Requêteurante, ainsi que leur actualisation en temps réel, par l'intermédiaire d'un opérateur technique indépendant tel Hexon ou toute autre type de transfert de portée et qualité équivalente ;
- b. imposer à AutoScout24 de permettre le transfert des données de véhicules vers sa plateforme depuis la Plateforme de la Requêteurante, ainsi que leur actualisation en temps réel, par l'intermédiaire d'un opérateur technique indépendant tel Hexon ou toute autre type de transfert de portée et qualité équivalente ;
- c. ordonner la publication par AutoScout24, dans les 24 heures suivant la date de notification de la décision, d'un communiqué de presse à destination de l'ensemble de ses clients (envoyé par courrier électronique ou postal), ainsi qu'un communiqué de presse sur son site internet indiquant de manière explicite, lisible et claire la possibilité de transfert de données de véhicules depuis sa plateforme vers la plateforme de la Requêteurante et inversement ;
- d. prévoir l'engagement par AutoScout24 de ne pas faire usage de mesures de rétorsion vis-à-vis de la Requêteurante, des revendeurs professionnels ou de tout autre opérateur technique travaillant ou

³⁶⁶ Requête, §§164 à 169. Les hauses de prix n'ont pas été contestées par Autoscout24.

susceptible de travailler avec la Requérante en raison de la plainte ayant mené à l'ouverture d'une instruction par l'Auditorat ou en raison de l'introduction de la présente demande de mesures provisoires.

- e. Assortir ces mesures provisoires d'une astreinte de minimum 100.000 EUR par jour de poursuite de l'infraction ou des infractions constatée(s), à compter du troisième jour ouvrable suivant le jour de la notification de la décision, jusqu'à un maximum de 15.000.000 EUR.

V.2.5.b Urgence

391. En vertu de l'article IV.71 CDE, les mesures demandées doivent être urgentes pour éviter une situation susceptible de causer un préjudice grave, imminent et difficilement réparable.

392. Le Collège considère que la condition d'urgence est remplie si, grâce aux mesures provisoires, le dommage peut encore être évité ou limité³⁶⁷. L'urgence est évaluée au moment où la décision relative aux mesures provisoires est prise³⁶⁸.

393. La Requérante considère qu'il est urgent que les mesures provisoires demandées soient adoptées afin de prévenir le préjudice³⁶⁹.

394. La Défenderesse soutient, pour sa part, que l'existence d'une urgence justifiant l'octroi des mesures sollicitées n'est nullement démontrée. Selon cette dernière, rien n'indique que les mesures provisoires demandées permettraient de rétablir la situation financière de la Requérante et tous les préjudices allégués pouvant raisonnablement être attribués à AutoScout24 peuvent facilement être corrigés par TCS elle-même³⁷⁰.

395. Le Collège a déjà relevé l'imminence du préjudice.

396. Le Collège considère par ailleurs que la condition d'urgence est établie dès lors que l'adoption de mesures provisoires peut éviter ou à tout le moins limiter la réalisation du préjudice, eu égard au fait que la procédure de fond ne sera pas terminée au moment où ce préjudice se réalise. Or, comme indiqué ci-dessus (paras. 273 et suivants), le préjudice est d'ores et déjà en train de se réaliser.

V.2.5.c Mesures efficaces et proportionnées

397. Une mesure peut être qualifiée d'efficace dès lors qu'elle permet d'éviter, ou à tout le moins de limiter de manière significative, le préjudice ou l'aggravation du préjudice subi par les entreprises dont les intérêts sont affectés par la pratique en cause, ou les effets dommageables de celle-ci sur l'intérêt économique général³⁷¹.

³⁶⁷ ABC, décision Proximus/EDPnet, *op. cit.*, §174 ; ABC, Golfbiljart Bond, *op. cit.*, §66 ; ABC, décision BMA-2019-V/M-01 du 22 janvier 2019 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence, affaire MEDE-V/M-18/0043, *NV Vlaamse Radio- en Televisieomroeporganisatie t. de NV Norkring België*, §62.

³⁶⁸ ABC, décision ABC-2015-V/M-23 du 27 juillet 2015 du Collège de la concurrence de l'Autorité belge de la concurrence, affaire CONC V/M-15/0016, *GCL-TTB c. FEI*, §105.

³⁶⁹ Requête, §241.

³⁷⁰ Observations d'AutoScout24, §§171-174.

³⁷¹ ABC, décision EDPnet, *op. cit.*, §178; ABC, décision Duivenklokken, *op.cit.*, §82; ABC, décision Telenet, *op. cit.*, §§105-106.

398. L'article IV. 73 § 4 CDE dispose par ailleurs que les mesures provisoires doivent être proportionnelles. Pour apprécier la proportionnalité, le Collège prend en compte dans sa pratique décisionnelle d'une part, l'impact des mesures provisoires pour la partie défenderesse si aucune infraction n'est constatée au fond et, d'autre part, l'impact pour la partie requérante si aucune mesure n'est imposée malgré que l'infraction soit constatée³⁷².

i) Position des parties

399. La Requérante estime que les mesures provisoires sont susceptibles de prévenir le préjudice et proportionnées à cet objectif. Elles permettraient à la Requérante d'offrir à nouveau aux revendeurs indépendants ce qu'ils attendent et de poursuivre l'acquisition de nouveaux clients. La Requérante considère par ailleurs ces mesures strictement adaptées et limitées à ce qui est indispensable pour lui permettre de poursuivre ses activités jusqu'à ce qu'une décision sur le fond intervienne. Elle souligne par ailleurs la nécessité d'une communication claire et rapide à l'ensemble des parties prenantes ainsi que la nécessité de dissuasion par le biais d'une sanction financière en cas de non-respect de la décision³⁷³.

400. AutoScout24 fait valoir que les mesures sollicitées par la Requérante entraînent des limitations considérables des droits fondamentaux et des intérêts commerciaux légitimes d'AutoScout24. « *En substance, elles (i) obligerait AutoScout24 à conclure et à maintenir des accords de partage de données avec un concurrent, permettant à ce dernier de profiter gratuitement de ses investissements ; (ii) exigeraient d'AutoScout24 qu'elle mette à disposition, de manière continue et en temps réel, ses annonces, qui sont le fruit de ses investissements à long terme ; et (iii) l'obligerait à reconnaître publiquement une forme de faute – tout cela avant qu'une enquête au fond n'ait été menée et en l'absence de toute constatation d'infraction. Tout cela afin d'éviter un scénario potentiel dans lequel la Requérante devrait télécharger les annonces AutoScout24 manuellement ou à l'aide d'outils automatisés* »³⁷⁴. Par ailleurs AutoScout24 considère la demande d'astreinte de 100.000 euros manifestement disproportionnée compte tenu du préjudice allégué ou le comportement en cause.

ii) Appréciation du Collège

401. Concernant la première mesure (a) relative à l'adoption de mesures de portabilité sortante, le Collège considère que cette mesure est, *prima facie*, adaptée pour répondre au préjudice identifié.

402. Les critiques formulées par AutoScout24 sur ce point tiennent, d'une part, « *à la liberté d'AutoScout24 d'organiser sa stratégie commerciale et de contrôler l'utilisation de sa propre infrastructure et de ses propres outils* » pour éviter un « *parasitisme flagrant* » ; et, d'autre part, à une réduction des incitants de toutes les parties à devoir investir pour innover dans l'infrastructure³⁷⁵.

403. Le Collège estime *prima facie* que ces critiques doivent être écartées.

404. Premièrement, et comme précédemment mentionné, la mesure en cause n'est pas de nature à réduire la rémunération d'AutoScout24 : les annonceurs devront toujours payer pour publier leur annonce sur AutoScout24.be avant leur portage et republication sur un autre site. Ceci, d'une part,

³⁷² ABC, décision EDPnet, *op. cit.*, §185; ABC, décision Duivenklokken, *op. cit.*, § 85; ABC, décision Golfbiljart, *op. cit.*, §71; ABC, décision Telenet, *op. cit.*, §107.

³⁷³ Requête, §§ 311-316.

³⁷⁴ Observations d'Autoscout24, §183.

³⁷⁵ Observations d'Autoscout24, §184.

préserve la source de revenus utiles pour qu'AutoScout24 puisse réinvestir et, d'autre part, maintient ses incitants à innover dans son infrastructure pour attirer de nouveaux annonceurs.

405. Deuxièmement, le Collège a déjà constaté qu'AutoScout24 a développé son infrastructure « *non pas pour les seuls besoins de ses activités propres mais dans la perspective de permettre une utilisation de cette infrastructure par des entreprises tierces* »³⁷⁶. Dans ce contexte, « *ni la préservation de la liberté de contracter et du droit de propriété de l'entreprise en position dominante ni la nécessité de continuer à inciter celle-ci à investir dans le développement de produits ou de services de qualité ne justifient de limiter la qualification d'un refus de donner accès à une entreprise tierce à l'infrastructure en cause comme étant abusif* »³⁷⁷. Le Collège conclut alors *prima facie* que requérir d'AutoScout24 qu'elle donne accès à son infrastructure, « *n'altère pas fondamentalement le modèle économique ayant présidé au développement de celle-ci* »³⁷⁸. En outre, le Collège a déjà rejeté comme impraticable et inefficace l'idée d'un ré-encodage manuel continu (cf. para. 260).

406. À titre surabondant, le Collège note que, interrogée par le Collège en audience, AutoScout24 a déclaré que la portabilité sortante pourrait être rétablie endéans « *le temps nécessaire pour envoyer un e-mail à Hexon* ». Ceci confirme que la première mesure sollicitée pourra rapidement et efficacement remédier à l'interruption de portabilité. Dans la mesure où il s'agira de rétablir une situation préexistante, aucune difficulté technique n'est attendue, ce qui vient encore confirmer l'efficacité et la proportionnalité de la mesure.

407. En d'autres termes, le Collège estime qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer la mesure provisoire sollicitée (a) comme étant efficace et proportionnée.

408. Par ailleurs, le Collège relève que le rétablissement de la portabilité sortante ne change pas le statut d'AutoScout24 en tant que principale « *porte d'entrée* » à l'encodage des annonces, si aucune mesure n'est prise pour faciliter en même temps la portabilité entrante. Ceci risque, certes, de consacrer la position de marché d'AutoScout24. Toutefois, la mesure évoquée présente l'avantage de réduire le risque d'exclusion de TCS. La question de la portabilité entrante devra par ailleurs être examinée dans le cadre de l'instruction au fond.

409. Concernant la deuxième mesure sollicitée (b) relative à la portabilité entrante, celle-ci ne sera pas envisagée au stade du contentieux des mesures provisoires, pour absence d'urgence. En effet, cette pratique était pré-existante et n'a pas fait l'objet de changements soudains de politique commerciale de la part d'AutoScout24 justifiant d'éventuelles mesures provisoires.

410. Concernant la troisième mesure sollicitée (c) relative aux injonctions de publication, le Collège considère que les mesures de publications postulées présenteraient l'avantage de remédier au désavantage concurrentiel *prima facie* subi par TCS et causé par une rupture brutale, sans préavis, de la portabilité – en sorte que TCS, plutôt que d'anticiper et d'organiser sa communication, n'a eu d'autre choix que de réagir en urgence à la grogne de ses clients qui ont constaté que les engagements de portabilité pris par TCS n'étaient pas respectés. Une communication telle que celle envisagée permettrait

³⁷⁶ CJUE, arrêt du 25 février 2025, affaire C-233/23, *Alphabet Inc. et autres contre Autorità Garante della Concorrenza e del Mercato*, §44.

³⁷⁷ *Ibidem*, §45.

³⁷⁸ *Ibidem*, §46, voir aussi §§47 et 48, à lire en comparaison avec les constats du Collège ci-dessus, §§255, et 275 à 277.

aussi aux multiples annonceurs et utilisateurs d'être informés de ce que les annonces d'AutoScout24 peuvent être à nouveau transférées sur le site carselect.touring.be ; la mesure de publication est nécessaire à la restauration de la position de marché de TCS.

411. Pour ce qui est de l'argument d'AutoScout24 selon lequel une telle mesure de publication « *reviendrait également à une reconnaissance implicite d'une faute* », le Collège considère que les circonstances propres à l'arrêt *Caudalie*, invoqué par AutoScout24³⁷⁹, sont fondamentalement différentes: la décision dont recours avait illégalement cumulé des engagements et l'imposition d'une amende³⁸⁰. En l'espèce, la présente décision ne rend obligatoire aucun engagement – AutoScout24 n'en a proposé aucun – en sorte que la décision de publication ne sera pas de nature à véhiculer l'idée qu'AutoScout24 aurait reconnu une quelconque infraction³⁸¹. Par ailleurs, une mesure provisoire n'est pas de nature à avoir des conséquences irréversibles.

412. Afin de veiller à la proportionnalité de la mesure, sa publication est limitée aux clients professionnels d'AutoScout24, à l'exclusion des particuliers. En outre, en vue de rétablir les conditions de concurrence qui auraient prévalu en l'absence de la pratique litigieuse, il est requis que la mesure de publication soit imposée pour une période proportionnée compte tenu de la durée de la pratique litigieuse ; celle-ci ayant débuté le 9 décembre 2025³⁸² et la présente décision étant adoptée le 30 avril 2026, elle a duré 140 jours. Dans un souci de proportionnalité, la publication correctrice sera publiée au minimum 90 jours.

413. Concernant la quatrième mesure (d) relative à une demande d'interdiction de mesures de rétorsion, le Collège constate que cette mesure, générique³⁸³, ne présente aucune conséquence précise et, de ce fait, n'ajoute rien aux obligations générales qui découlent de l'état du droit positif qui préexistent à toute décision de l'autorité de la concurrence et qui suffisent en principe à encadrer les relations entre Requérante et Défenderesse.

414. En revanche, la cinquième mesure (e) relative à l'imposition d'astreintes est justifiée par le souci d'assurer le respect d'une obligation principale de portabilité à la mise en œuvre de laquelle AutoScout24 a montré son hostilité. L'astreinte est une mesure accessoire qui, idéalement, ne sera pas mise en œuvre ; son montant est destiné à être dissuasif ; il doit également être proportionné. Conformément à l'article IV.79, § 1 CDE, le Collège décide dès lors d'assortir ces mesures provisoires d'une astreinte de 20.000 EUR par jour de poursuite de l'infraction ou des infractions constatée(s), à compter du dixième jour ouvrable suivant le jour de la notification de la décision, jusqu'à un maximum de 7.000.000 EUR.

³⁷⁹ Cour des marchés, arrêt 2021/MR/1, arrêt du 30 juin 2021.

³⁸⁰ *Ibidem*, § 6.2. Voyez également Cour des marchés, arrêt 2021/MR/1, arrêt du 1 décembre 2021. Selon la Cour, un choix aurait dû être fait entre une décision d'acceptation des engagements et une décision de sanction.

³⁸¹ La motivation de l'arrêt répète deux fois que c'est l'acceptation des engagements qui pose problème : « *Prima facie ces éléments paraissent pertinents et satisfont à la condition que l'exécution immédiate de la décision attaquée dans la mesure où elle accepte et rend obligatoires les engagements visés au point c) du dispositif de la Décision et fixe un délai jusqu'au 6 juillet 2021 pour l'exécution de ces engagements risque d'avoir des conséquences graves pour les intéressées. En effet l'exécution immédiate de la décision attaquée dans la mesure où elle accepte et rend obligatoires les engagements visés au point c) du dispositif de la Décision et fixe un délai jusqu'au 6 juillet 2021 pour l'exécution de ces engagements, créerait des conséquences irréversibles en droit et rendrait tout débat au fond superflu. Il ne s'agit donc pas du tout de renverser le principe de la force exécutoire des décisions du Collège de la concurrence mais d'éviter que les appelantes soient privées de la protection juridictionnelle effective consacrée à l'article 47 de la CDFUE.* » (soulignement ajouté). (Cour des marchés, n° 2021/MR/1, arrêt du 30 juin 2021, §7).

³⁸² Requête, pièce D.3, courriels du 9 et 10 décembre 2025 envoyés par Hexon à Touring CarSelect

³⁸³ ABC, décision nr. 2012-P/K-29 du 29 novembre 2012 du Conseil de la concurrence dans, affaire MEDE-P/K-05/0042, *Tele2 c. Belgacom* ('Happy Time'), §25.

V.2.5.d Durée des mesures provisoires

415. L'article IV. 73, § 4 CDE dispose que la décision imposant les mesures provisoires est applicable soit pour une durée déterminée, renouvelable si nécessaire, soit jusqu'au moment où la décision du Collège de la concurrence visée à l'article IV.52, § 1er, ou la décision de l'auditeur visée à l'article IV.44, § 1er, alinéa 1er, à l'article IV.45, alinéa 1er, ou à l'article IV.59, § 1er, ne peut plus faire l'objet d'un recours par les voies ordinaires, si cette dernière date intervient plus tôt³⁸⁴.

416. Le Collège estime qu'il y a lieu d'imposer la troisième mesure (c) pour la période indiquée. Pour ce qui de la première (a) et la cinquième (e) mesures, le Collège estime qu'il y a lieu de les imposer jusqu'au moment où la décision du Collège de la concurrence visée à l'article IV.52, § 1er, ou la décision de l'auditeur visée à l'article IV.44, § 1er, alinéa 1er, à l'article IV.45, alinéa 1er, ou à l'article IV.59, § 1er, ne peut plus faire l'objet d'un recours par les voies ordinaires. En effet, l'application de ces mesures pendant la période jusqu'à la prise de décision au fond est justifiée par la nécessité de protéger la concurrence sur le marché aussi longtemps que l'auditorat mène son enquête et qu'aucune décision au fond n'a été prise soit par l'auditeur soit par le Collège adressant les préoccupations de concurrence soulevées par les pratiques d'AutoScout24.

V.2.5.e Procédure de mise en œuvre et adaptations des mesures provisoires

417. Pour assurer la mise en œuvre efficace des mesures provisoires et suivant une pratique constante, le Collège juge opportun, nécessaire et proportionnel de prévoir une procédure en cas de contestation quant à l'interprétation, la portée ou la mise en œuvre des mesures provisoires ainsi que des sanctions en cas de violation des mesures provisoires.

V.2.6 Balance des intérêts

418. L'article IV.73 §2 CDE prévoit que le Collège peut, eu égard à l'intérêt général d'un bon fonctionnement du marché, mettre en balance le dommage sérieux, immédiat et difficilement réparable du demandeur avec le dommage que subirait l'entreprise ou l'association d'entreprises vis-à-vis desquelles des mesures provisoires ont été demandées, ou des tiers intéressés, au cas où l'infraction ne serait finalement pas établie au fond.

V.2.6.a Position des parties

419. Selon la Requête, la balance des intérêts penche indubitablement en faveur de l'octroi de mesures provisoires.

420. À cet égard, elle soutient que l'adoption de mesures provisoires permettrait de mettre temporairement fin aux effets préjudiciables des pratiques d'AutoScout24 à l'égard de la Requête, en prévenant son éviction du marché, ainsi qu'à l'égard des revendeurs professionnels qui, comme le rappelle la Requête, demeurent entièrement dépendants des services d'AutoScout24 sans pouvoir bénéficier d'offres concurrentes plus avantageuses.

³⁸⁴ ABC, décision EDPnet, *op. cit.*, §183.

421. De plus, la Requérante ajoute que les mesures provisoires demandées ne sont pas de nature à porter atteinte aux intérêts légitimes d'AutoScout24, pour qui la réhabilitation de la portabilité des données n'implique aucun frais ni coût dès lors que cette dernière était opérationnelle jusqu'en décembre 2025.
422. Enfin, la Requérante précise que bien qu'AutoScout24 puisse avoir un intérêt à poursuivre la mise en œuvre des pratiques contestées afin de préserver sa position dominante, un tel intérêt ne saurait être considéré comme légitime.
423. Selon la Défenderesse, les mesures demandées auraient un impact grave sur AutoScout24 car elles entraînent des limitations considérables de ses droits fondamentaux et de ses intérêts commerciaux légitimes en ce qu'elles l'obligeraient à conclure et à maintenir des accords de partage de données avec un concurrent, permettant à ce dernier de profiter gratuitement de ses investissements, elles exigeraient qu'elle mette à disposition ses annonces qui sont le fruit de ses investissements long terme de manière continue et en temps réel et enfin en ce qu'elles l'obligeraient à reconnaître publiquement une forme de faute et cela, avant qu'une enquête n'ait été menée sur le fond et en l'absence de toute infraction. Selon elle, tout cela serait fait afin d'éviter que la Requérante doive télécharger les annonces d'AutoScout24 manuellement ou à l'aide d'outils automatisés³⁸⁵.
424. La Défenderesse soutient également que les mesures sollicitées reviendraient à lui imposer un partage obligatoire de ses données, sans possibilité de disposer de mécanismes anti-abus, ce qui porterait gravement atteinte à sa liberté d'organiser sa stratégie commerciale ainsi qu'à son droit de contrôler l'utilisation de son infrastructure et de ses outils. Selon la jurisprudence, une telle atteinte est particulièrement attentatoire à la liberté de contracter et au droit de propriété des entreprises et a pour conséquence que les concurrents n'ont plus aucune incitation à développer des installations concurrentes, tout en réduisant la propension de l'entreprise dominante à investir dans des structures efficaces³⁸⁶.
425. Concernant la demande de publication d'un communiqué de presse, la Défenderesse indique que cette mesure va au-delà de ce qui est nécessaire pour remédier aux effets allégués de l'interruption du flux d'exportation et reviendrait, pour la Défenderesse, à une reconnaissance implicite de faute alors qu'aucune enquête sur le fond n'a été menée et qu'aucune infraction n'a été établie.
426. Concernant la demande d'imposition d'une astreinte de 100.000 euros par jour en cas de non-respect, la Défenderesse estime qu'une telle sanction n'a aucun rapport raisonnable avec le préjudice allégué ou avec la nature du comportement en cause mais également qu'elle illustre une tentative par la Requérante d'obtenir des avantages commerciaux par le biais d'une procédure administrative³⁸⁷.
427. Par ailleurs, la Défenderesse avance que l'intérêt évoqué par la Requérante relève de la commodité dès lors qu'elle cherche à éviter d'avoir à convaincre les vendeurs d'encoder ou de synchroniser des annonces via ses propres systèmes ou bien de proposer une solution alternative en s'appuyant sur les importations et la synchronisation automatique depuis la plateforme d'AutoScout24 créées via les outils de cette dernière. Selon la Défenderesse, le fait de chercher à éviter ce désagrément ne constitue pas un

³⁸⁵ Observations d'AutoScout24, §183.

³⁸⁶ Observations d'AutoScout24, §185.

³⁸⁷ Observations d'AutoScout24, §189.

préjudice au sens de l'article IV.71 CDE et ne saurait justifier les graves répercussions que les mesures auraient sur elle, en particulier en l'absence de tout comportement fautif de sa part.

428. Enfin, la Défenderesse indique que les mesures demandées risquent d'avoir un effet dissuasif sur l'innovation et la concurrence en ce que la position d'AutoScout24 est le résultat d'investissements soutenus permettant la création efficace d'annonces de haute qualité. Partant, si les concurrents pouvaient obtenir un droit absolu de s'appuyer sur les produits finis créés par de tels investissements, les incitations à investir dans des outils innovants et des offres différenciées de tous les participants au marché seraient affaiblies³⁸⁸.

429. Compte tenu de l'atteinte très importante et potentiellement irréversible à ses droits que les mesures provisoires entraîneraient et de l'intérêt largement privé invoqué par la Requérante, la Défenderesse conclut que la balance des intérêts milite clairement contre l'adoption des mesures demandées.

V.2.6.b Appréciation du Collège

430. Le Collège constate que les mesures provisoires demandées concernant le rétablissement de la portabilité sortante des données des véhicules depuis AutoScout24 vers la plateforme de la Requérante sont proportionnelles au regard de la balance des intérêts en jeu.

431. Selon le Collège, le rétablissement de la portabilité sortante emporterait des effets positifs importants pour la Requérante en ce qu'elle permettrait d'enrayer la perte de clients, d'empêcher son éviction probable du marché à court terme et d'atteindre la masse critique nécessaire à sa viabilité tout en limitant les impacts négatifs sur le fonctionnement général du marché³⁸⁹.

432. En outre, le Collège indique que le rétablissement de la portabilité sortante par l'octroi de mesures provisoires emporterait également des effets bénéfiques pour les revendeurs indépendants en ce qu'elle leur permettrait de continuer à bénéficier des avantages du multihoming sans perte de temps ni de ressources tout en ayant un impact positif sur les acheteurs et utilisateurs finaux.

433. Comme indiqué ci-dessus, le Collège considère par ailleurs que l'octroi des mesures provisoires ne requiert pas d'investissements particuliers de la part d'AutoScout24, ni ne se heurte à des difficultés techniques vu que la Requérante bénéficiait déjà de cet accès jusqu'en décembre 2025, que ce sont bien les revendeurs indépendants qui sont propriétaires de ces données, et que l'exportation des données est gérée par des intermédiaires techniques.

434. Concernant l'imposition d'une astreinte, le Collège estime cette mesure nécessaire pour assurer la mise en œuvre effective des mesures provisoires³⁹⁰.

³⁸⁸ Observations d'AutoScout24, §195.

³⁸⁹ Observations de l'auditeur, §205.

³⁹⁰ Observations de l'auditeur, §210.

PAR CES MOTIFS

Le Collège, par application de l'article IV.71 CDE, et après avoir clôturé les débats, conformément à l'article IV.73, §1 CDE :

1. Constate que la requête de mesures provisoires introduite par la société TCS Mobility, à l'encontre d'AutoScout24 Belgium SA, est recevable ;
2. Décide *prima facie* qu'il n'est pas manifestement déraisonnable de considérer qu'AutoScout24 a enfreint les articles IV.2 CDE et 102 TFUE en interdisant le transfert des données des véhicules encodées sur sa plateforme AutoScout24.be, vers la plateforme de carselect.touring.be ;
3. Décide d'imposer à AutoScout24 les mesures provisoires suivantes :
 - a. AutoScout24 doit permettre le transfert des données de véhicules depuis sa plateforme AutoScout24.be vers la plateforme de TCS, carselect.touring.be, ainsi que leur actualisation continue et en temps réel, par l'intermédiaire d'un opérateur technique indépendant tel Hexon ou toute autre type de transfert de portée et qualité équivalente, au choix de TCS ;
 - b. AutoScout24 doit, dans les 5 jours ouvrables suivant la date de notification de la présente décision :
 - envoyer un communiqué de presse à destination de l'ensemble de ses clients professionnels (envoyé par courrier électronique ou postal) ; et,
 - publier pendant 90 jours un communiqué de presse affiché sur le sommet de l'écran d'accueil du compte de connexion des annonceurs professionnels du site internet AutoScout24.be ;

indiquant :

« Par décision de l'Autorité belge de la concurrence (« ABC »), adoptée le 30 avril 2026, dans le cadre du contentieux de mesures provisoire, AutoScout24 a été condamnée à devoir permettre le transfert des annonces de vente des véhicules et les données afférentes des annonceurs qui en font la demande, depuis AutoScout24.be vers la plateforme carselect.touring.be. La décision de l'ABC est disponible [à cette adresse](#) [+hyperlien] ». (Et une traduction équivalente en néerlandais lorsque le site est affiché en néerlandais) ;

4. Le Collège décide d'assortir les mesures provisoires visées au point 3 d'une astreinte de 20.000 EUR par jour de poursuite de l'infraction ou des infractions constatée(s), à compter du dixième jour ouvrable suivant le jour de la notification de la décision, jusqu'à un maximum de 7.000.000 EUR.

5. Le Collège décide que les mesures provisoires visées au point 3 a et au point 4 sont applicables jusqu'au moment où la décision du Collège de la concurrence visée à l'article IV.52, § 1er, ou la décision de l'auditeur visée à l'article IV.44, § 1er, alinéa 1er, à l'article IV.45, alinéa 1er, ou à l'article IV.59, § 1er, ne peut plus faire l'objet d'un recours par les voies ordinaires.

6. Décide que :

a. En cas de contestation quant à l'interprétation, la mise en œuvre ou le respect des mesures provisoires prises sous le point 3, TCS et AutoScout24 peuvent s'adresser à l'auditeur général (ou à l'auditeur qu'il désigne) qui a le pouvoir d'interpréter et de veiller au respect de ces mesures conformément à ses pouvoirs d'exécution en vertu de l'article IV.26, §2, 6° CDE.

b. En cas de contestation de l'interprétation de la décision effectuée par l'auditeur général ou l'auditeur qu'il désigne, ou si TCS, AutoScout24 l'auditeur général ou l'auditeur qu'il désigne considèrent qu'il y a lieu de modifier ou de retirer en tout ou en partie les mesures provisoires mentionnées sous le point 3 ou la décision, TCS, AutoScout24, ou l'auditeur général (ou l'auditeur qu'il désigne) peuvent saisir le président selon la procédure décrite sous (d) afin que le Collège interprète, modifie ou retire une mesure provisoire ou la décision.

c. En cas de saisine du président du Collège, la demande doit être communiquée endéans deux jours ouvrables par le Secrétariat aux autres parties à la procédure. TCS, AutoScout24 et l'auditeur général (ou l'auditeur qu'il désigne) disposent d'un délai de cinq jours ouvrables à compter du premier jour ouvrable suivant cette communication pour transmettre au président et aux autres parties leurs observations écrites au sujet de la demande adressée au président. Si la demande émane de TCS ou de l'auditeur général (ou l'auditeur qu'il désigne), AutoScout24 dispose d'un délai supplémentaire de trois jours ouvrables à compter du premier jour ouvrable suivant le dépôt des observations mentionnées dans la phrase précédente afin de répondre par écrit à celles-ci. Le président saisit le Collège, qui décide sur pièces à moins qu'il ne décide d'organiser une audience.

Ainsi décidé le 30 avril 2026 par le Collège de la Concurrence composé d'Axel Desmedt, président de l'Autorité belge de la concurrence et du Collège de la concurrence, Elisabeth de Ghellinck et Norman Neyrinck, assesseurs à l'Autorité belge de la concurrence.

Pour le Collège de la concurrence,

Axel Desmedt

Président de l'Autorité et du Collège de la Concurrence