

LA DÉCISION DU MOIS

Le Tribunal de l'Union confirme, pour l'essentiel, la décision de la Commission qui condamne Google pour avoir consolidé la position dominante de son moteur de recherche.

A la suite de la décision de la Commission qui lui avait infligé au titre de l'article 102 TFUE une amende record d'un montant de 4,343 milliards d'euro pour avoir imposé des restrictions illégales aux fabricants d'appareils mobiles Android et aux opérateurs de réseaux, Google a exercé un recours en annulation devant le Tribunal de l'Union. En raison de la gravité et de la durée de l'infraction, le Tribunal a, dans son arrêt du 14 septembre 2022, confirmé pour l'essentiel la décision de la Commission, en réduisant (légèrement) le montant de l'amende à la somme de 4,125 milliards d'euro.

Le Tribunal estime, dans un premier temps, que l'analyse concurrentielle d'une position dominante dans le cadre de marchés relevant de l'économie numérique comporte des spécificités. Au sein de ces marchés, les paramètres traditionnels comme le prix des produits ou des services ou la part de marché de l'entreprise concernée peuvent avoir moins d'importance que pour les marchés classiques, par rapport à d'autres variables comme l'innovation, l'accès aux données, les aspects multifaces, le comportement des utilisateurs ou les effets de réseau. La définition d'un cadre d'analyse clair et transparent des notions de marché pertinent et de position dominante peut donc nécessiter un examen plus circonstancié, allant au-delà de la seule segmentation en marchés, afin de mieux apprécier les contraintes concurrentielles prévalant sur ces marchés et la position de puissance économique détenue par l'entreprise concernée.

Ainsi, selon le Tribunal, si la Commission a identifié quatre types de marchés pertinents - à savoir le marché mondial (hors Chine) des systèmes d'exploitation sous licence, pour appareils mobiles intelligents, le marché mondial (hors Chine) des boutiques d'applications Android, les différents marchés nationaux, au sein de l'EEE, de fourni-

ture de services de recherche générale et le marché mondial des navigateurs internet conçus pour un usage mobile - et conclut à la détention d'une position dominante de Google sur les trois premiers, cette approche ne suppose pas que ces marchés pertinents, présentés de manière distincte dans la décision attaquée, soient artificiellement dissociés dès lors qu'ils présentent tous des aspects complémentaires du fait de leur interconnexion dans la stratégie globale de Google pour garantir sa position dominante sur les marchés nationaux des services de recherche générale.

Procédant, dans l'exercice de sa compétence de pleine juridiction, à une appréciation autonome de son montant, le Tribunal réduit l'amende infligée à Google d'un peu plus de 200 millions d'euro.

Le Tribunal ajoute que la contrainte concurrentielle indirecte exercée par le système d'exploitation sans licence d'Apple sur le marché des systèmes d'exploitation pour appareils mobiles intelligents sous licence n'est pas de nature à remettre en cause la position dominante de Google sur ce marché, en raison de la fidélité des utilisateurs à leur système d'exploitation, de l'incidence de la politique tarifaire d'Apple, en particulier pour les utilisateurs disposant d'appareils bas de gamme, et des coûts qu'implique le report vers un autre système d'exploitation. La nature ouverte de la licence d'exploitation du code source Android ne constitue pas non plus une contrainte concurrentielle suffisante pour contrebalancer la position dominante de Google sur le marché des systèmes d'exploitation sous licence, dès lors que les fabricants d'équipements d'origine, liés par des accords anti-fragmentation dont la durée est généralement de cinq ans et en vertu desquels ils ne peuvent vendre d'appareils fonctionnant sur des versions d'Android non-approuvés par Google, ne peuvent s'appuyer librement

sur le code source Android pour créer de nouveaux logiciels.

Concernant l'une des trois restrictions contractuelles abusives condamnées, à savoir "les accords de partage de revenus par portefeuille", qualifiés d'accords d'exclusivité, par lesquels Google a octroyé un avantage financier aux fabricants d'équipements d'origine et aux opérateurs de réseaux mobiles à condition qu'ils ne préinstallent aucun autre service de recherche générale que Google Search sur un ensemble d'appareils mobiles figurant au sein d'un portefeuille prédéfini, le juge de l'Union précise que l'analyse à mener en vue de conclure au caractère abusif de tels accords doit porter sur leur capacité à restreindre la concurrence par les mérites au vu de l'ensemble des circonstances pertinentes, telles que le taux de couverture du marché par la pratique contestée ainsi que sa capacité inhérente à évincer des concurrents au moins aussi efficaces. Or, selon le Tribunal, si la Commission était effectivement fondée, en l'espèce, à qualifier lesdits accords d'accords d'exclusivité, elle a toutefois commis plusieurs erreurs de raisonnement portant sur l'appréciation de variables essentielles du test AEC, de sorte que ce test, tel qu'elle l'a mené, ne pouvait corroborer le constat d'un abus résultant des accords de partage des revenus par portefeuille en eux-mêmes.

ABUS DE POSITION DOMINANTE

Tribunal de l'Union européenne

14 septembre 2022

LawLex202200006718JBJ

★★★



Un contrat de référencement qui stipule des droits et obligations non réciproques n'est pas nécessairement déséquilibré.

Une société holding, qui regroupe plusieurs entreprises de travail temporaire, propose et encadre des candidats pour des besoins de main-d'œuvre ponctuels d'entreprises exerçant dans divers domaines d'activité. Une société gestionnaire d'autoroutes a mis en place un système de référencement d'entreprises de travail temporaire pour obtenir des prestations de mise à disposition de personnels intérimaires auprès d'elle et ses filiales. La société holding conclut un contrat avec le client pour le référencement de ses entreprises auprès des filiales de ce dernier. Ce contrat stipule plusieurs obligations à la charge de la holding, notamment celle de verser annuellement au client une prime de volume. Un contentieux s'est élevé au sujet des primes de volume dues par la holding au client. En référé, la holding est condamnée à verser par provision au client la somme de 506 127,93 euro. La holding interjette appel de cette décision et assigne son cocontractant devant le Tribunal de commerce de Paris en vue d'obtenir la nullité du contrat de référencement, en arguant d'un déséquilibre significatif au sens de l'article L. 442-1 du Code de commerce.

La caractérisation d'un déséquilibre implique, en premier lieu, un élément de soumission. Or, selon la cour, un partenaire ne se trouve pas dans un état de sou-

mission par rapport à son client, lorsque celui-ci représente moins de 2,5 % de la demande sur le marché en cause et ne lui impose pas d'exclusivité, alors qu'au moment de la signature du contrat, il réalisait lui-même un chiffre d'affaires conséquent et disposait d'une bonne implantation sur le territoire concerné.

Ensuite, la Cour d'appel de Paris confirme que même sous l'empire des textes antérieurs à la réforme du 24 avril 2019, la victime d'un déséquilibre sélectif peut demander la nullité des clauses d'un contrat dès lors qu'elles violent les dispositions d'ordre public de l'article L. 442-1, I, 2° du Code de commerce.

De même, elle souligne que la seule absence de réciprocité entre les obligations des parties, sans que la preuve du déséquilibre qui en résulterait soit apportée, notamment au regard de la spécificité du contrat en cause et des objectifs communs des parties, ne peut être invoquée sur le fondement de l'article L. 442-1, I, 2° (V. déjà, en ce sens, Cass. com., 31 mars 2021, LawLex202100000975JBJ, soulignant que l'asymétrie des conditions peut procéder de l'économie du contrat en cause). Du reste, elle relève qu'un contrat, qui, dans l'ensemble, ne paraît pas déséquilibré, peut néanmoins inclure une clause déséquilibrée.

S'agissant du caractère déséquilibré de

la prime de volume prévue au contrat, les juges relèvent que celui-ci ne peut résulter d'une absence de contrepartie. En effet, ils estiment qu'une prime qui vise à rémunérer le référencement du prestataire auprès des filiales de son client, incitées à recourir à ses services plutôt qu'à ceux d'autres opérateurs, et qui a permis un doublement du chiffre d'affaires réalisé avec ce client, n'est pas dénuée de contrepartie (Comp., sur le fondement de l'article L. 442-1, I, 1° du Code de commerce, Paris, 1er sept. 2021, LawLex202100005135JBJ ; 19 déc. 2018, LawLex201900002024JBJ, sur la rémunération de services permettant un accroissement de la clientèle). Enfin, la Cour d'appel de Paris estime que la plaignante se trompe de fondement lorsqu'elle invoque le déséquilibre significatif qui découlerait du règlement tardif des primes de volume devant être versées sur le fondement de prestations facturées. Selon elle, ces retards de paiement caractérisent davantage une inexécution contractuelle.

DÉSÉQUILIBRE SIGNIFICATIF

Cour d'appel de Paris

7 septembre 2022

LawLex202200006916JBJ



Le distributeur agréé qui empêche la tête de réseau d'exercer son contrôle sur ses opérations publicitaires commet une faute suffisamment grave pour justifier la rupture sans préavis de la relation commerciale.

Un fournisseur a conclu des contrats de distribution sélective pour plusieurs points de vente avec un revendeur de produits de maroquinerie. Dans ce cadre, le distributeur a apposé une affiche, couvrant l'intégralité de sa vitrine, pour annoncer des réductions de prix à l'occasion d'une liquidation avant travaux. Informé de cette opération, le fournisseur s'y est expressément opposé, en vain. Par ailleurs, le distributeur n'a pas atteint l'objectif semestriel de ventes fixé à 30 000 euro HT (24 000 euro HT au premier semestre et 28 000 euro HT au second).

Estimant ces agissements contraires aux stipulations contractuelles, le fournisseur résilie, avec effet immédiat, les contrats qui l'unissent au distributeur. En réaction, celui-ci l'assigne en rupture brutale de relations commerciales établies : il estime ne pas avoir commis de faute suffisamment grave. La Cour de cassation ne partage pas totalement son avis.

Très classiquement, la Chambre commerciale se montre réticente à voir l'existence d'une faute grave dans le fait de ne pas avoir atteint l'objectif contractuel de ventes (Cass. com., 9 juill. 2013, LawLex201300001101JBJ ; 5 avr. 2018, LawLex201800000568JBJ).

De façon plus inédite, la Haute juridiction considère que le distributeur agréé

qui n'a pas recueilli l'accord préalable écrit du fournisseur avant de procéder à son affichage publicitaire, contrairement aux stipulations contractuelles, et l'a maintenu en dépit de l'opposition exprimée par ce dernier lorsqu'il en a eu connaissance, commet une faute suffisamment grave pour justifier la rupture sans préavis de la relation commerciale. En effet, un tel comportement a privé le fournisseur de son pouvoir d'encadrer les usages pouvant être faits de sa marque et d'éviter qu'elle soit associée à une opération de liquidation.

Sur d'autres fondements que celui de la rupture brutale de relations commerciales établies, la jurisprudence s'est montrée plus clémente pour le distributeur dans des circonstances similaires. Elle a ainsi estimé qu'une opération promotionnelle même jugée dévalorisante par le fournisseur, ne violait pas la bonne foi contractuelle et ne justifiait pas la résiliation aux torts du distributeur en l'absence de caractère systématique, récidivant et tapageur de celle-ci (Cass. com., 14 janv. 2003, LawLex200300000658JBJ). En outre, les autorités de concurrence se montrent très réticentes à un contrôle de la publicité par le fournisseur. Sur le fondement du droit des ententes, l'Autorité de la concurrence a estimé, par le

passé, que l'utilisation par un fabricant de clauses de contrôle de la publicité afin d'empêcher les distributeurs agréés, au moyen de menaces, avertissements ou ruptures de livraison, de pratiquer des prix inférieurs aux prix conseillés, était susceptible de constituer une pratique de prix imposés illicite (Cons. conc., 19 juill. 2001, LawLex200200002335JBJ). De même, la clause subordonnant l'octroi d'un crédit publicitaire à un accord préalable avec le fabricant, en privant le distributeur de la possibilité d'organiser librement ses campagnes publicitaires, constitue une atteinte à la liberté commerciale de ce dernier (Cons. conc., 19 nov. 1996, LawLex200200002671JBJ). L'appréciation portée sur le type de clause prévue dans l'affaire commentée s'avère donc, de manière regrettable pour la sécurité juridique des entreprises, à géométrie variable selon le fondement des poursuites.

RUPTURE BRUTALE DE RELATIONS COMMERCIALES ÉTABLIES

Cour de cassation

Chambre commerciale

7 septembre 2022

LawLex202200006699JBJ





Une relation commerciale « établie » n'est pas nécessairement une relation sans péripéties.

Un fournisseur de sous-vêtements et pyjamas pour adultes et enfants à destination de la grande distribution, en relations d'affaires depuis une vingtaine d'années, avec la même enseigne, se voit notifier, par deux courriers à trois mois d'intervalle, que les commandes vont diminuer. Mécontent et probablement surpris, le fournisseur assigne le distributeur en justice, estimant avoir été victime d'une rupture brutale des relations commerciales. Condamné par les premiers juges, le distributeur interjette appel : il conteste tant le caractère établi des relations que la brutalité de la rupture.

Sur le premier point, la cour souligne que les fluctuations du niveau d'activité entre les parties, y compris une chute significative au cours d'un exercice, ne remettent pas en cause le caractère établi de la relation, dès lors que le chiffre d'affaires moyen, sur quinze ans, s'est élevé à 350 000 euro. L'absence d'un niveau d'activité stable ne peut faire obstacle à la caractérisation d'une relation commerciale établie, qui s'apprécie en fonction du chiffre d'affaires moyen réalisé (Comp. lorsqu'il existe des fluctuations importantes de chiffres d'affaires d'un exercice à l'autre, Paris, 9 avr. 2015, LawLex201500000487JBJ). En outre, la cour estime que le distributeur ne peut se prévaloir de la précarisation

de la relation par le recours aux appels d'offres lorsqu'il n'étaye pas la preuve de l'organisation de telles procédures par la production de cahiers des charges, d'offres reçues ou d'une quelconque sélection de candidats (V déjà, Paris, 17 déc. 2020, LawLex202000003772JBJ), retenant qu'il appartient au client qui invoque le recours à la procédure d'appel d'offres pour dénier le caractère établi des relations de démontrer la mise en oeuvre d'une procédure répondant à un formalisme strict, au terme de laquelle il a choisi, parmi plusieurs offres proposées, la plus avantageuse au regard de critères préalablement définis et communiqués).

Par ailleurs, la cour estime qu'elle n'est pas tenue de se référer aux accords interprofessionnels en vigueur pour déterminer la durée du préavis, dès lors qu'ils ne revêtent « aucun caractère obligatoire ». Une telle formulation, qui pourrait sembler contra legem, puisque l'article L. 442-1 du Code de commerce vise expressément ces accords, s'inscrit dans un courant jurisprudentiel en vertu duquel la seule conformité aux accords interprofessionnels du délai de préavis ne dispense pas le juge de procéder à l'appréciation de son caractère suffisant en vertu, notamment, de la durée de la relation commerciale (V. not. Cass. com., 2 déc. 2008, LawLex200800002166JBJ).

Les juges parisiens soulignent également qu'une réduction de l'activité dans le secteur du textile, de l'ordre de 7 %, au profit des magasins spécialisés, ne peut, en raison de son caractère modéré, être invoquée par le distributeur pour justifier la rupture des relations commerciales pour des articles de consommation courante (V., en ce sens, Paris, 10 févr. 2021, LawLex202100000402JBJ ; 9 juill. 2020, LawLex202000001754JBJ).

Enfin, à l'allégation de déséquilibre significatif dans les relations entre les parties, la cour oppose, classiquement, que l'existence d'un contrat d'adhésion ne suffit pas à caractériser l'absence de pouvoir réel de négociation du fournisseur (V. not. Paris, 13 janv. 2022, LawLex202200000370JBJ ; 6 janv. 2022, LawLex202200000175JBJ ; 19 nov. 2020, LawLex202000003147JBJ). En effet, celui-ci doit démontrer avoir effectué des démarches en vue de modifier les clauses proposées.

RUPTURE BRUTALE DES RELATIONS COMMERCIALES ÉTABLIES

Cour d'appel de Paris

8 septembre 2022

LawLex202200006523JBJ



Le fait, pour un producteur, de commercialiser un produit défectueux, de maintenir sa commercialisation, ou de ne pas le retirer du marché ne s'analyse pas en une faute, distincte du défaut de sécurité de son produit, au sens de l'article 1245-3 du Code civil.

A la suite de la prise de Médiator, médicalement fabriqué et commercialisé par le groupe Servier, entre le 18 janvier 2007 et le 30 novembre 2009, une patiente ayant développé au cours de son traitement des lésions cardiaques à l'origine d'un déficit fonctionnel permanent de 15%, - que l'Office national d'indemnisation des accidents médicaux a imputé au Benfluorex, la substance active du Médiator -, décide d'assigner le laboratoire en justice, après avoir refusé ses deux offres d'indemnisation. Le Tribunal judiciaire de Nanterre ayant rejeté sa demande au motif que son action, prescrite sur le fondement de la responsabilité du fait des produits défectueux, ne pouvait être poursuivie sur celui de la responsabilité délictuelle, la victime a porté l'affaire devant la Cour d'appel de Versailles.

En l'espèce, la cour rappelle que lorsque la responsabilité du fait des produits défectueux est applicable, la victime ne peut se prévaloir d'une action en responsabilité pour faute que si elle invoque une faute distincte du défaut de sécurité du produit. Tel n'est pas le cas en l'occurrence, puisqu'elle reproche au laboratoire d'avoir commercialisé un produit dont il connaissait les risques sans en informer les patients, alors même que l'information constitue l'un des critères permettant d'apprécier l'existence du défaut en matière de la responsabilité du fait des produits défectueux. Dès lors, un man-

quement au devoir de vigilance et de surveillance ne saurait constituer une faute distincte du défaut du produit au sens de l'article 1245-3 du Code civil.

La victime faisait aussi valoir une distinction entre la commercialisation du produit défectueux, qui implique la mise en oeuvre exclusive du régime de responsabilité des produits défectueux, et le maintien de cette commercialisation, qui donnerait la possibilité de recourir au régime de la responsabilité pour faute. Pour la cour, cette opposition n'a pas lieu d'être : le maintien de la commercialisation d'un produit dangereux pour la santé ne se distingue pas de la défectuosité du produit lui-même. En outre, dans le cas d'un produit fabriqué en série, il existe autant de mises en circulation que de commercialisations de lots de produits. Le maintien de la commercialisation du produit ne diffère donc pas de la mise en circulation de nouveaux lots dudit produit, visée à l'article 1245-4 du Code civil, de sorte qu'il n'est pas possible d'invoquer cette distinction en vue de recourir au régime de la responsabilité pour faute et faire échec à celui de la responsabilité des produits défectueux.

Par ailleurs, la faute qui consisterait pour un laboratoire à ne pas avoir pris les dispositions nécessaires pour retirer le produit litigieux du marché français, comme celle d'avoir commercialisé un produit qui ne présentait pas la sécurité à

laquelle les patients pouvaient légitimement s'attendre et d'en avoir poursuivi la commercialisation en mettant sur le marché des lots successifs dudit produit, ne peut être considérée comme distincte du défaut du produit au sens de l'article 1245-3 du Code civil. Partant, le régime de la responsabilité du fait des produits défectueux ne saurait se voir substituer celui de la responsabilité délictuelle.

Enfin, en ce qui concerne les délais de prescription, la cour rappelle que l'action en responsabilité du fait des produits défectueux se prescrit dans un délai de trois ans, à compter de la connaissance cumulative par la victime de l'identité du producteur, du défaut du produit, et du dommage, de sorte que l'action de la plaignante, engagée hors délai, doit être déclarée prescrite.

RESPONSABILITÉ DU FAIT DES PRODUITS DÉFECTUEUX

Cour d'appel de Versailles

7 juillet 2022

LawLex202200006523JBJ





La stratégie judiciaire des GAFAM et les moyens de la combattre.

Les GAFAM représentent les cinq entreprises américaines du secteur de la technologie les plus puissantes : Google, Apple, Facebook, Amazon et Microsoft. Ils font l'objet de multiples procédures devant les autorités de concurrence ou les tribunaux. Souvent condamnés à des sanctions d'un montant important, les GAFAM semblent cependant peu affectés par leurs revers judiciaires ou concurrentiels. Leur capitalisation boursière de 4,5 billions de dollars et leur trésorerie pléthorique leur permettent de surmonter très facilement ces obstacles. Le présent article a pour objet d'analyser leur stratégie judiciaire et de formuler quelques conseils sur les moyens de les combattre pour les entreprises qui s'estiment victimes de leurs comportements.

I. La stratégie judiciaire des GAFAM

1. L'éviction de la compétence des juridictions nationales et des droits nationaux.

Les GAFAM développent une activité importante dans tous les pays européens. A titre préventif, leurs contrats excluent généralement la compétence des tribunaux des marchés sur lesquels ils opèrent et soumettent les relations avec leurs clients locaux à des lois très éloignées de ces marchés. Maîtres de la rédaction de leurs contrats, ils désigneront ainsi comme juridictions compétentes les tribunaux américains ou irlandais ou anglais au lieu des juridictions d'Europe continentale. Le droit applicable sera souvent le droit américain ou anglais. Amazon a quant à lui choisi de désigner dans nombre de contrats les juridictions du Luxembourg et le droit luxembourgeois. Si cette stratégie contractuelle ne leur permet pas d'éviter des poursuites par les autorités de concurrence, elle complique cependant sensiblement l'action des parties privées. En droit français, par exemple, les clauses attributives de compétence à un tribunal étranger s'imposent au cocontractant français d'un GAFAM, même si celui-ci revendique l'application d'une loi de police. En outre, les juridictions choisies sont en général celles des pays réputés les moins interventionnistes ou protecteurs de la partie faible et n'appliquent pas forcément les lois de police des États des marchés concernés par les pratiques litigieuses.

2. L'investissement massif dans la défense.

Les GAFAM disposent de ressources quasi-illimitées. Ils n'ont

donc aucun problème à recourir à des cabinets d'avocats puissants et à consacrer des budgets importants à leur défense. Face à ces mastodontes, le demandeur isolé ne peut souvent pas opposer la même force de frappe et se trouvera en situation d'infériorité.

3. Le recours fréquent à la multiplication des exceptions de procédure en vue de gagner un maximum de temps.

Notre droit s'est complexifié à l'extrême et les GAFAM en tirent profit. Ils n'hésitent pas à recourir à tous les instruments juridiques possibles pour freiner les procédures : questions préjudicielles auprès de la Cour de justice de l'Union européenne (cf. par exemple, les multiples questions préjudicielles d'Apple dans les procédures initiées par la DGCCRF sur le fondement de la soumission à des obligations déséquilibrées dans le cadre des contrats de distribution avec les opérateurs de téléphonie mobile après cinq ans de durée de contentieux simplement en première instance devant le Tribunal de commerce de Paris), QPC devant le Conseil constitutionnel (cf. par exemple, la QPC d'Amazon contre une organisation professionnelle de fournisseurs), question préjudicielle auprès du Conseil d'État sur la légalité d'une ordonnance non ratifiée par rapport à la loi d'habilitation, exceptions d'incompétence, contestation de l'intérêt à agir, incidents de communication de pièces, procédures incidentes sur le secret des affaires, etc. Tout l'arsenal des exceptions de procédure est utilisé, ce qui peut conduire à ralentir les procédures pendant des années.

4. La délocalisation des centres stratégiques de décision.

Les GAFAM misent aussi sur la délocalisation à l'étranger de leurs centres de décision qui rend très difficiles les procédures probatoires comme le recours à l'article 145 du Code de procédure civile, très utile dans les affaires franco-françaises.

II. Les moyens de la combattre

5. Utiliser la stratégie indirecte en passant par la DGCCRF et/ou les organisations professionnelles.

La stratégie d'affrontement direct avec les GAFAM est souvent impossible compte tenu de la disproportion des moyens, de la dépendance des acteurs envers eux, du risque de représailles ou de la très grande difficulté juridique de les atteindre. Suivant les enseignements de Sun Tzu et de Liddel Hart, il est donc conseillé de recourir à la stratégie

indirecte. Alerter la DGCCRF et l'inciter à agir en déséquilibre significatif, avantage sans contrepartie, rupture de relations commerciales établies ou violation du règlement P2B constitue un bon moyen pour échapper aux clauses de juridiction et de loi applicable. Il est en effet de jurisprudence constante que l'action du Ministre est celle d'un tiers agissant au titre de la responsabilité délictuelle auquel les clauses attributives de compétence ne sont pas applicables et qui peut revendiquer l'application du droit français, éventuellement qualifié de loi de police (V. not. T. com. Paris, 2 sept. 2019, LawLex201900001011JBJ ; Paris, 21 juin 2017, LawLex201700001094JBJ), même si certains GAFAM essaient de remettre en cause ce droit d'action. L'intermédiation d'une organisation professionnelle en charge de la défense de l'intérêt collectif d'un secteur peut aboutir à des résultats équivalents. Une certaine préservation de l'identité des victimes, noyées dans la masse, peut également en résulter, avec la limite que l'action ne peut pas reposer uniquement sur des déclarations anonymes et que le fond du droit peut être plus facilement défendu avec des pièces individualisées.

6. S'armer de patience et mettre les moyens.

Comme le rappelait Trivulce, pour gagner une guerre, trois choses sont nécessaires : premièrement de l'argent, deuxièmement de l'argent et troisièmement de l'argent. Il en va de même du combat judiciaire contre un GAFAM, lutte de longue haleine qui implique de mobiliser tous les moyens disponibles face aux ressources quasi illimitées dont il dispose.

7. Appliquer des argumentations juridiques innovantes.

Les GAFAM sont rompus au combat. Pour les surprendre, il faut anticiper leurs défenses et faire preuve d'imagination juridique : invoquer la tentative de pratiques restrictives à travers leurs CGV/CGA car le recours au fondement de la commission des actes impliquerait de dévoiler l'identité des victimes, utiliser toute la panoplie des pratiques abusives, notamment le règlement P2B, et, chaque fois que cela est possible, le droit de la concurrence qui les effraie.