

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 14-DCC-160 du 30 octobre 2014
relative à la prise de contrôle exclusif de SFR par le groupe Altice**

L'Autorité de la concurrence (section IA),

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 4 juin 2014 et déclaré complet le 24 juin 2014, relatif à la prise de contrôle exclusif de la Société Française du Radiotéléphone par Numericable Group, filiale d'Altice SA, formalisée par une lettre d'offre remise par Numericable Group à Vivendi le 4 avril 2014 et retenue par cette dernière le 5 avril 2014, ainsi qu'un protocole d'acquisition en date du 20 juin 2014 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu l'avis n° 2014-0815 du 22 juillet 2014 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes ;

Vu l'avis n° 2014-10 du 30 juillet 2014 du Conseil supérieur de l'audiovisuel ;

Vu la décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DEX-01 du 30 juillet 2014 d'ouverture d'un examen approfondi en application du dernier alinéa du III de l'article L. 430-5 du code de commerce ;

Vu les engagements présentés les 18 septembre, 10, 24 et 27 octobre 2014 par la partie notifiante ;

Vu les observations présentées par les représentants de Numericable Group en date du 2 octobre 2014 en réponse au rapport des services d'instruction du 11 septembre 2014 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Les rapporteurs, le rapporteur général adjoint, le commissaire du Gouvernement et les représentants de Numericable Group entendus au cours de la séance du 8 octobre 2014 ;

Les représentants des sociétés Orange, Iliad, Bouygues Telecom, Océinde/Zeop-Réunicable, et Colt et de l'association Alternative Mobile entendus sur le fondement des dispositions de l'article L. 430-6, alinéa 3 du code de commerce ;

Adopte la décision suivante :

SOMMAIRE

I.	Les entreprises concernées et l'opération.....	10
A.	Les parties	10
B.	L'opération	10
II.	Délimitation des marchés pertinents	11
A.	Les marchés de la téléphonie fixe	11
1.	Les marchés de gros de la téléphonie fixe.....	11
2.	Les marchés de détail de la téléphonie fixe.....	12
a)	Marché de l'accès au réseau téléphonique public	12
b)	Marché des communications sur RTC	12
B.	Les marchés des télécommunications fixes, hors téléphonie	13
1.	Les marchés de gros des télécommunications fixes.....	13
a)	Offres passives	13
(i)	Offres d'accès aux infrastructures physiques constitutives de la boucle locale filaire	13
(ii)	Offres passives de collecte	14
b)	Offres de haut et très haut débit activées généralistes	15
c)	Marché de gros des services de capacité.....	16
(i)	Marché de gros des services de capacité sur le segment terminal	16
Marché de produits	16	
Marché géographique	17	
(ii)	Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain	18
Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain intraterritorial	18	
Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain interterritorial	18	
2.	Marchés de détail de la fourniture d'accès à Internet.....	19
a)	Sur le rôle des offres de très haut débit et le segment de marché correspondant	19
b)	Autres segmentations	23
3.	Marchés de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises.....	24
a)	Marché de produits.....	24
b)	Marché géographique.....	25
4.	Marché de la distribution d'accès à internet.....	25
C.	Marchés de la téléphonie mobile.....	26

1. Marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux téléphoniques mobiles	27
2. Marché de détail de la téléphonie mobile.....	27
3. Marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile	28
a) Marché de services	28
b) Marché géographique.....	29
D. Marchés de la télévision payante	29
1. Marchés amont des acquisitions de droits.....	29
a) Marchés de produits	29
b) Marchés géographiques	30
2. Marchés intermédiaires de l'édition et de la commercialisation de chaînes de télévision payante	30
a) Marchés de produits	30
b) Marchés géographiques	31
3. Marchés aval de la distribution de services de télévision payante.....	31
a) Marchés de produits	31
b) Marchés géographiques	32
E. Marchés des services informatiques.....	32
1. Marchés de services	32
2. Marchés géographiques.....	33
III. Analyse concurrentielle.....	34
A. Effets de l'opération sur les marchés de la téléphonie fixe.....	34
1. Les marchés de gros de la téléphonie fixe.....	34
a) Marché du départ d'appel.....	34
b) Marché de la terminaison d'appel.....	34
c) Marché des services de transit de minutes commutées	35
(i) Position des parties.....	35
(ii) Effets horizontaux	35
(iii) Effets verticaux	35
2. Les marchés de détail de la téléphonie fixe.....	36
a) Marché de l'accès au réseau téléphonique public	36
b) Marché des communications sur le réseau téléphonique commuté	37
B. Effets de l'opération sur les marchés des télécommunications fixes, hors téléphonie et hors marchés spécifiques entreprises.....	37
1. Effets horizontaux	38

a) Effets horizontaux sur le marché de la collecte (fourniture d'infrastructures passives)	38
b) Effets horizontaux sur le marché de gros des offres activées généralistes	38
c) Effets horizontaux sur le marché de détail de la fourniture d'accès à internet en métropole.....	41
(i) Parts de marché du nouvel ensemble	41
Sur le segment de la clientèle résidentielle	41
Sur le segment de la clientèle professionnelle.....	42
(ii) Autres facteurs contribuant au pouvoir de marché de la nouvelle entité	42
Pertinence de la prise en compte des parts de marché pour apprécier le pouvoir de marché de la nouvelle entité.....	42
L'avantage concurrentiel du nouvel ensemble dans l'accès au client.....	44
L'opération éliminera la concurrence de SFR sur le segment du très haut débit..	45
d) Effets horizontaux sur les marchés de détail de la fourniture d'accès à internet à La Réunion et à Mayotte	45
(i) La Réunion	45
(ii) Mayotte	47
2. Effets verticaux	47
a) Effets verticaux entre le marché de la collecte et le marché de la fourniture d'accès à internet haut et très haut débit	48
(i) Sur le réseau de longue distance	48
(ii) Sur le réseau de desserte locale.....	50
b) Effets verticaux entre les offres de gros très haut débit et l'accès de détail haut et très haut débit	50
(i) Sur la capacité du nouvel ensemble à verrouiller le marché de gros des offres activées généralistes très haut débit	51
Position de la nouvelle entité.....	51
Capacité matérielle et commerciale de mettre en œuvre une stratégie de verrouillage.....	52
<input type="checkbox"/> Absence d'offre alternative équivalente à celle du nouvel ensemble.....	52
<input type="checkbox"/> Potentiel de croissance et capacité accrue de recrutement.....	54
<input type="checkbox"/> Absence de réglementation imposant un accès au réseau câblé	57
<input type="checkbox"/> Dépendance de Bouygues Telecom vis-à-vis du nouvel ensemble	58
(ii) Sur l'incitation de la nouvelle entité à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage	59
Eléments attestant l'intention de Numericable à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage.....	59
Sur la rentabilité d'une stratégie de verrouillage pour le nouvel ensemble	61

□ Introduction.....	61
□ Hausse de l'incitation au verrouillage après l'opération	62
(iii) Sur l'impact concurrentiel de la mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage	64
Sur la préemption de la clientèle très haut débit	65
Les concurrents dans leur ensemble ont une capacité de réaction limitée	65
3. Effets congloméraux entre les marchés du haut et du très haut débit et les marchés de la téléphonie mobile	70
a) Effets congloméraux entre les marchés de l'accès à internet et les marchés de la téléphonie mobile en métropole	70
i. Incitation à proposer des offres associant téléphonie mobile et accès internet très haut débit	70
ii. Capacité de la nouvelle entité à verrouiller les marchés en cause	71
b) Effets congloméraux entre les marchés de l'accès à internet et les marchés de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte.....	74
i. La Réunion.....	74
Incitation à pratiquer des offres de couplage.....	75
Capacité à verrouiller le marché.....	75
ii. Mayotte	77
C. Effets de l'opération sur les marchés de la distribution d'accès internet	77
1. En métropole	78
2. A La Réunion et Mayotte	82
D. Effets de l'opération sur les marchés des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises, hors téléphonie fixe.....	85
1. Présentation des opérateurs	85
2. effets horizontaux	87
a) Marchés de gros des services de capacité	87
i. Marché de gros des services de capacité sur le segment terminal	87
Présentation de la réglementation sectorielle	87
Position des parties et des concurrents	88
□ Marché des offres de gros sur cuivre	88
□ Marché des offres de gros sur BLOD	90
Analyse du pouvoir de négociation des clients	92
Analyse des barrières à l'entrée.....	92
Effets de l'opération	94

ii. Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain intraterritorial	96
iii. Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain interterritorial	96
b) Marchés de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises.....	97
i. Parts de marché et positionnement des opérateurs	97
Parts de marché	97
Appréciation des rapports concurrentiels sur le marché	98
Risque de hausse de prix	102
ii. Analyse des appels d'offres	103
Point méthodologique.....	103
<input type="checkbox"/> Rappel de la méthode d'analyse des effets unilatéraux des concentrations sur les marchés d'appels d'offres.....	103
<input type="checkbox"/> Application au cas d'espèce.....	103
Nombre moyen d'offres reçues	107
<input type="checkbox"/> Analyse des appels d'offres auxquels Completel a participé	107
<input type="checkbox"/> Analyse des appels d'offres auxquels SFR a participé.....	109
Fréquence de rencontre des parties	111
<input type="checkbox"/> Analyse des appels d'offres auxquels Completel a participé	111
<input type="checkbox"/> Analyse des appels d'offres auxquels SFR a participé.....	112
Taux de reconduction	112
<input type="checkbox"/> Analyse des appels d'offres auxquels Completel a participé	112
<input type="checkbox"/> Analyse des appels d'offres auxquels SFR a participé.....	113
Changements d'opérateurs	114
Informations qualitatives fournies par les tiers	114
<input type="checkbox"/> Détérioration en prix des offres remises.....	115
<input type="checkbox"/> Appauvrissement de la qualité des offres	115
3. Effets verticaux	116
a) Verrouillage de l'accès aux intrants.....	116
i. Capacité de verrouillage	116
ii. Incitation à verrouiller l'accès aux intrants.....	117
iii. Impact concurrentiel	119
b) Verrouillage de l'accès à la clientèle	119
4. Effets congloméraux en relation avec le marché de la téléphonie mobile entreprises.....	120

E. Marchés de la téléphonie mobile.....	121
1. Effets horizontaux	121
a) Marché de détail de la téléphonie mobile	121
i. En métropole.....	121
Présentation des activités des parties.....	121
Analyse.....	121
ii. Dans l’Océan Indien	122
Structure de l’offre et position des parties.....	122
□ La Réunion.....	122
□ Mayotte	123
Proximité concurrentielle des parties	124
□ La Réunion.....	124
□ Mayotte	126
L’opération élimine un moteur important de concurrence	126
□ La Réunion.....	126
□ Mayotte	129
Barrières à l’entrée	129
b) Marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile	132
i. Point méthodologique	132
ii. Effets de l’opération en métropole.....	133
iii. Effets de l’opération dans l’Océan Indien	135
Structure de l’offre et position des parties.....	135
□ La Réunion.....	135
□ Mayotte	137
Rôle des parties dans l’animation concurrentielle.....	138
□ La Réunion.....	138
□ Mayotte	139
Barrières à l’entrée	139
2. Effets verticaux	140
F. Marchés de la télévision payante	141
1. Les marchés intermédiaires de l’édition et de la commercialisation de chaînes de télévision payante côté demande.....	141
a) Position des parties.....	141
b) L’accès de Numericable aux chaînes de télévision et absence d’effets unilatéraux	143

c) Absence d'effets coordonnés	146
2. le marché de la distribution de services de télévision payante linéaires	148
3. les marchés de la distribution de services de télévision payante non linéaire....	148
a) Le marché de la distribution de services de vidéo à la demande à l'acte.....	148
b) Le marché de la distribution de services de vidéo à la demande par abonnement	149
G. Les effets concurrentiels du maintien de liens structurels entre Altice et Vivendi	150
1. Effets liés au maintien d'un lien structurel entre Vivendi et la nouvelle entité .	150
a) Le conseil d'administration.....	151
b) Le comité d'audit	151
c) Le comité de suivi de l'intégration.....	152
d) Tout autre comité	152
2. Effets de la détention d'une participation minoritaire de Vivendi dans le capital de la nouvelle entité.....	152
a) Sur les marchés de l'édition et commercialisation de chaînes de télévision payante	153
b) Sur les marchés ultramarins de la distribution d'accès à internet.....	154
c) Conclusion.....	154
H. Marché des services informatiques	154
IV. Les engagements	155
A. Les principes d'appréciation et le cadre légal des mesures correctives adaptées	155
B. Sur le caractère approprié des engagements proposés	157
1. Mesures relatives au marché de gros des offres activés généralistes et au marché de détail de la fourniture d'accès à internet haut et très haut débit	157
a) Engagements relatifs à l'accès au réseau câblé de Numericable	158
i. Sur le périmètre d'accès.....	158
ii. Sur les modalités d'accès.....	159
<input type="checkbox"/> Sur le type d'accès au réseau câblé.....	159
<input type="checkbox"/> Sur les deux types d'accès activés proposés.....	160
<input type="checkbox"/> Sur les autres modalités d'accès	161
<input type="checkbox"/> Sur les prestations audiovisuelles fournies	161
iii. Sur les bénéficiaires des engagements d'accès.....	162
iv. Sur le champ d'application du principe de non-discrimination.....	162
<input type="checkbox"/> Sur les conditions tarifaires.....	162
<input type="checkbox"/> Sur les conditions non-tarifaires	164

v. Sur les conditions de migration des clients	164
vi. Sur l'offre de référence	165
vii. Sur l'articulation entre les engagements d'accès au réseau câblé et le contrat bitstream conclu entre Bouygues Telecom et Numericable	165
b) Engagement relatif aux informations IPE.....	166
c) Engagements relatifs aux accords conclus par SFR en matière de déploiement FttH.....	166
i. Engagement relatif à l'accord de co-investissement conclu avec Bouygues Telecom.....	167
ii. Engagement relatif à l'accord conclu avec Orange	168
2. Engagement relatif au marché de la collecte (mise à disposition de FON)	169
3. Engagement en matière de distribution d'accès à internet.....	170
4. les engagements relatifs aux marchés des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises, hors téléphonie fixe.....	170
a) Engagement de cession du réseau DSL de Completel.....	170
b) Engagement d'offre de gros activée sur les réseaux BLOD de Completel et SFR.....	172
5. Engagements relatifs aux marchés de la téléphonie mobile dans l'Océan Indien	173
6. Engagement concernant la procédure de règlement des différends	175
7. Engagements relatifs aux liens structurels entre Altice et Vivendi.....	175

I. Les entreprises concernées et l'opération

A. LES PARTIES

1. **Altice SA** est une société holding à la tête de plusieurs filiales actives dans le secteur des communications électroniques (ci-après, le « groupe Altice »). Le groupe Altice est composé du groupe Altice France, qui détient le contrôle exclusif de Numericable Group, et du groupe Altice International. Numericable Group est un câblo-opérateur présent en métropole sur les marchés de l'accès à internet et de la télévision payante par le biais de Numericable et sur les marchés des communications électroniques pour les entreprises par le biais de Completel. Altice International contrôle par ailleurs les sociétés Outremer Telecom et Mobius, actives sur les marchés de l'accès internet et de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte. Le groupe Altice est ultimement contrôlé par M. Patrick Drahi.
2. **La Société Française du Radiotéléphone** (ci-après, « SFR ») est une société anonyme de droit français, principalement active dans le secteur de la téléphonie mobile, de l'internet haut et très haut débit, de la téléphonie fixe, de la télévision payante et des services dédiés aux entreprises. SFR est présente en métropole ainsi qu'à La Réunion par le biais de sa filiale SRR et à Mayotte par le biais de sa filiale SMR. SFR exerce également un contrôle conjoint avec La Poste sur le MVNO La Poste Mobile.
3. SFR est contrôlée exclusivement par le groupe Vivendi qui détient 100 % de son capital. Le groupe Vivendi est principalement présent dans les secteurs de la télévision, notamment par l'intermédiaire du groupe Canal Plus (ci-après « GCP »), du cinéma, de la musique et des télécommunications mobiles et fixes.

B. L'OPÉRATION

4. L'opération, formalisée par une lettre d'offre remise par Numericable Group à Vivendi le 4 avril 2014 et retenue par cette dernière le 5 avril 2014, ainsi qu'un protocole d'acquisition en date du 20 juin 2014, consiste en l'acquisition par Numericable auprès de Vivendi de 99,9 % du capital et de droits de vote de SFR ainsi que l'émission au bénéfice de Vivendi d'actions représentant 20 % du capital de Numericable. La participation de Vivendi ne lui confère aucun droit susceptible de lui permettre d'exercer une influence déterminante sur Numericable. A l'issue de l'opération, SFR sera donc contrôlé par Numericable, qui sera lui-même contrôlé exclusivement par le groupe Altice.
5. En ce qu'elle se traduit par l'acquisition du contrôle exclusif de SFR par le groupe Altice via Numericable Group, l'opération constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Altice : 2,8 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; SFR : 10,2 milliards d'euros pour le même exercice). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (groupe Altice : 1,5 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2013 ; SFR : 10,2 milliards d'euros pour le même exercice). Les seuils de notification de l'article 1 paragraphe 2 du règlement (CE) 139/2004 sont franchis mais chacune des entreprises concernées réalise plus des deux tiers de son chiffre d'affaires dans l'Union en France. L'opération ne relève donc pas de la

compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

7. Les parties sont simultanément actives sur les marchés de la téléphonie fixe (**A**), des autres services de télécommunications fixes (**B**), de la téléphonie mobile (**C**), de la télévision payante (**D**) et des services informatiques (**E**).

A. LES MARCHÉS DE LA TÉLÉPHONIE FIXE

8. La pratique décisionnelle distingue les marchés de gros (**1**) des marchés de détail (**2**) de la téléphonie fixe.
9. Les parties interviennent sur l'ensemble de ces marchés de la manière suivante :
 - Altice est présent en métropole via Numericable sur le marché de détail résidentiel et Completel sur le marché non résidentiel, et dans les DROM via Outremer Telecom. Completel gère l'activité sur les marchés de gros pour l'ensemble du groupe ;
 - SFR est présent, pour sa part, sur les différents marchés en métropole, mais n'a pas d'activité de détail de téléphonie fixe à La Réunion ni à Mayotte.

1. LES MARCHÉS DE GROS DE LA TÉLÉPHONIE FIXE

10. La pratique décisionnelle¹ distingue trois types de prestations : (i) le départ d'appel, qui correspond au service d'acheminement de trafic entre un abonné et un point d'interconnexion par un opérateur de boucle locale (« OBL ») à d'autres opérateurs afin de permettre à ces derniers d'offrir des services à leurs abonnés ; (ii) la terminaison d'appel, qui correspond à un service d'acheminement entre un point d'interconnexion et un abonné ; et (iii) les services de transit, qui consistent en l'acheminement de minutes de communication entre deux points d'interconnexion pour le compte d'opérateurs de détail des marchés de la téléphonie fixe, d'accès internet bas débit et de téléphonie mobile.
11. La pratique décisionnelle² considère que le marché du départ d'appel comme le marché des services de transit sont de dimension nationale.
12. Par ailleurs, les autorités de concurrence³ ont défini des marchés de la terminaison d'appel sur le réseau individuel de chaque opérateur, de sorte que chaque opérateur de boucle locale peut

¹ Voir par exemple la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-182 du 13 décembre 2010.

² *Id.*

³ *Id.*

être considéré comme le fournisseur unique sur le marché de terminaison délimité par son réseau.

13. L'instruction menée à l'occasion de la présente opération n'a pas conduit à remettre en cause ces définitions de marché.
14. En l'espèce, SFR et Numericable sont présents sur chacun de ces marchés.

2. LES MARCHÉS DE DÉTAIL DE LA TÉLÉPHONIE FIXE

15. Ces marchés regroupent l'ensemble des services d'accès au réseau et de transmission de voix. Une distinction peut être opérée entre le marché de l'accès au réseau téléphonique public et le marché des communications sur réseau téléphonique commuté (« RTC »)⁴. Au sein de ces marchés, une segmentation additionnelle peut être effectuée en fonction du type de clientèle, en distinguant les services fournis à des particuliers de ceux fournis à des entreprises⁵.

a) Marché de l'accès au réseau téléphonique public

16. Le marché de l'accès au RTC se caractérise par trois types de prestations d'accès, susceptibles de former des sous-marchés distincts : (i) les accès utilisés exclusivement pour la téléphonie, tels que l'abonnement de base pour une ligne téléphonique fixe, (ii) les accès utilisés principalement pour la téléphonie, tels que l'abonnement de base d'une ligne téléphonique fixe en dégroupage partiel permettant l'accès à internet haut débit et (iii) les accès dont l'usage principal ne se limite pas à la téléphonie, tels qu'une offre en dégroupage total permettant l'accès à internet haut débit, l'accès au service téléphonique et/ou à la télévision.
17. L'Arcep⁶ et l'Autorité de la concurrence⁷ considèrent que les deux premiers types de services font partie du même marché. Les autres types de services ne sont en revanche pas substituables. L'instruction n'a pas conduit à remettre en cause cette délimitation.

b) Marché des communications sur RTC

18. Les marchés des communications se sont ouverts à la concurrence par le mécanisme de « sélection du transporteur ». Celui-ci s'est mis en place en deux temps : initialement au travers d'un préfixe de numérotation reconnaissable par l'utilisateur dit « sélection appel par appel », ensuite complété par le dispositif de « présélection » qui permet, au travers d'une prestation figurant dans le catalogue d'interconnexion de France Télécom, de programmer les commutateurs de l'opérateur historique afin d'envoyer automatiquement les appels téléphoniques vers le réseau de l'opérateur présélectionné par l'utilisateur.
19. Dans ses décisions⁸, le ministre chargé de l'économie a laissé ouverte la question de savoir si la distinction entre un marché des communications locales et/ou nationales et un marché des

⁴ *Le RTC assure la connexion momentanée de deux installations terminales afin de mettre en relation deux usagers.*

⁵ *Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-182 du 13 décembre 2010 précitée.*

⁶ *Décision de l'Arcep n° 2011-0926 du 26 juillet 2011 portant sur la définition des marchés pertinents de la téléphonie fixe, la désignation d'opérateurs exerçant une influence significative sur ces marchés et les obligations imposées à ce titre.*

⁷ *Voir décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-182 du 13 décembre 2010 précitée.*

⁸ *C2006-108 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 26 octobre 2006, au conseil de la société Neuf Cegetel SA, relative à une concentration dans le secteur des services d'accès à internet, publiée au BOCCRF n°10bis du 18 décembre 2006 ; Décision C2007-181 du ministre de l'économie SFR / Neuf Cegetel en date du 15 avril 2008*

communications internationales était pertinente. Le Conseil de la concurrence a, pour sa part, eu l'occasion de distinguer un marché des communications à destination des réseaux mobiles⁹.

20. L'Autorité estime que les marchés de détail de la téléphonie fixe sont de dimension nationale¹⁰ mais a également déjà distingué les marchés de la métropole et de l'outre-mer¹¹.
21. En l'espèce, les parties sont toutes deux présentes sur les marchés nationaux de la fourniture de services de détail de téléphonie fixe (accès et communication) tant pour la clientèle résidentielle que la clientèle entreprise. SFR n'exerçant aucune d'activité de détail en matière de téléphonie fixe à La Réunion et à Mayotte, l'opération n'entraîne pas de chevauchement d'activité sur ces territoires.

B. LES MARCHÉS DES TÉLÉCOMMUNICATIONS FIXES, HORS TÉLÉPHONIE

22. Les parties interviennent sur les marchés de gros des télécommunications fixes (1) comme les marchés de détail, où elles commercialisent des offres à la destination du grand public (2) comme des entreprises (3). Elles sont en outre actives en matière de distribution d'accès à internet (4).

1. LES MARCHÉS DE GROS DES TÉLÉCOMMUNICATIONS FIXES

23. Au stade des marchés de gros, la pratique décisionnelle distingue les offres passives, qui permettent aux opérateurs de construire leurs offres par dégroupage de nœuds de raccordement d'abonnés (« NRA »), en s'inscrivant dans une logique de concurrence par les infrastructures, et les offres de gros dites « activées » sur les infrastructures d'opérateurs tiers, et qui relèvent d'une logique de concurrence par les services. La pratique décisionnelle a eu l'occasion de relever que le choix entre l'une ou l'autre des solutions relève de logiques économiques distinctes, les deux types d'offres étant par ailleurs complémentaires.
24. Au cas présent, les parties commercialisent aussi bien des offres passives (a) que des offres activées (b). Par ailleurs, afin d'appréhender les effets de l'opération sur le segment des offres à destination des entreprises, il convient également d'examiner le marché des services de capacité (c).

a) Offres passives

(i) Offres d'accès aux infrastructures physiques constitutives de la boucle locale filaire

25. Le marché de gros dit « des offres d'accès aux infrastructures physiques constitutives de la boucle locale filaire » (ou « marché 4 » selon la classification de l'Arcep) regroupe l'ensemble des prestations permettant l'accès direct (dit « dégroupé ») d'un opérateur à la clientèle finale. Il comprend l'accès dégroupé à la boucle locale cuivre, l'accès aux offres de

⁹ Décision n° 01-D-46 du Conseil de la concurrence en date du 23 juillet 2001 relatives à des pratiques mises en œuvre par la société France Télécom à l'occasion d'une offre sur mesure conclue en 1999.

¹⁰ Id.

¹¹ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-110 du 26 juillet 2011

génie civil de la boucle locale, et les offres passives de mise à disposition de fibre optique sur la boucle locale. Ces dernières consistent en la mise à disposition de fibre optique passive jusqu'à l'abonné final ou de liaison passive en fibre optique permettant de remplacer ou de se superposer à tout ou partie de la boucle locale sur les réseaux en cuivre ou en câble coaxial existants, en vue de proposer des services à très haut débit.

26. SFR et Altice sont présents en tant qu'offres sur différents segments de ce marché.
27. En matière d'offres de génie civil de la boucle locale, le groupe Altice dispose de « *moins d'une [confidentiel] d'infrastructures de génie civil souterraines en propre* »¹². En outre, l'Arcep relève que « *le câblo-opérateur bénéficie aujourd'hui d'un droit d'occupation d'une partie des infrastructures de génie civil souterraines et aériennes d'Orange pour son réseau à terminaison en câble coaxial au titre des contrats de cession des réseaux plan câble* »¹³.
28. Néanmoins, au regard du caractère marginal de cette activité pour le groupe Altice et de la position dominante d'Orange, il n'y a pas lieu de mener une analyse concurrentielle spécifique sur ce marché, l'instruction n'ayant identifié aucun problème de concurrence.
29. En matière d'offres d'accès à la fibre optique passive, les parties interviennent notamment en tant qu'opérateurs d'immeuble¹⁴. Dans ce cadre, ils sont soumis, comme les autres opérateurs, aux dispositions de l'article L. 34-8-3 du code des postes et des communications électroniques (« CPCE »), résultant de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie et de la loi n° 2009-1572 du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique. L'Arcep a précisé les conditions d'application de ces dispositions dans ses décisions n° 2009-1106 concernant la zone très dense et n° 2010-1312 hors zone très dense. L'ensemble de ces textes établit que l'opérateur d'immeuble doit faire droit aux demandes raisonnables d'accès à la fibre optique en vue de fournir des services de communications électroniques à un utilisateur final, dans des conditions transparentes, non-discriminatoires et dans des conditions techniques et financières raisonnables.
30. Dans ces conditions, l'opération n'entraînera pas de risque concurrentiel sur les conditions d'accès à la fibre optique passive déployée par les parties à l'opération. Les développements suivants porteront en revanche sur les conséquences concurrentielles des modifications qu'entraîne l'opération pour l'incitation à investir de la nouvelle entité dans les réseaux fibre de bout en bout (« *Fiber to the Home* » (ci-après « FttH »)), du fait de l'intégration verticale entre SFR présent sur les marchés de détail et d'Altice détenant un réseau très haut débit câblé. Ce point sera donc abordé au titre des effets verticaux de l'opération.

(ii) Offres passives de collecte

31. Sur le marché de gros de la fourniture d'infrastructures passives, ou marché « de la collecte »¹⁵, des opérateurs dont les infrastructures déployées en propre ne couvrent pas

¹² Notification, §411.

¹³ *Projet de décision portant sur la définition du marché pertinent de gros des offres d'accès aux infrastructures physiques constitutives de la boucle locale filaire, sur la désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur ce marché et sur les obligations imposées à cet opérateur sur ce marché - Consultation publique du 19 février au 26 mars 2014.*

¹⁴ *Altice offre également de manière ponctuelle un accès passif sur les fibres optiques surnuméraires qui ont été déployées pour moderniser son réseau câblé. Néanmoins ces fibres optiques se situent sur la partie horizontale du réseau et ne permettent pas de relier directement les abonnés. Ces offres ne sont donc pas réellement assimilables à des offres de mise à disposition de fibre optique sur la boucle locale.*

¹⁵ *C2007-181 / lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008, aux conseils de la société du Radiotéléphone SA, relative à une concentration dans le secteur des télécommunications ; décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-15 du 10 février 2014.*

l'intégralité du territoire, sont demandeurs d'infrastructures passives (ou « fibres optiques noires » (ci-après « FON »)) pour compléter leur réseau à différents niveaux de concentration de raccordement.

32. Une distinction entre le réseau longue distance et le réseau de desserte locale a également été établie. Ainsi, le réseau longue distance correspond aux infrastructures permettant de relier les nœuds locaux (ou « CAA » : nœuds de commutation et/ou routage locaux) aux nœuds régionaux (ou « PRO » : nœuds de commutation ou de routage régionaux). Le réseau de desserte locale correspond aux infrastructures permettant de relier les nœuds locaux aux NRA.
33. Le test de marché confirme ces distinctions et il n'y a donc pas lieu de les remettre en question à l'occasion de la présente opération.
34. Enfin, la pratique décisionnelle a considéré que la location de fibre optique noire (ou « FON ») dans le cadre d'IRU (« *Indefeasible Right of Use* ») n'était pas substituable à la location classique. Le test de marché n'a pas non plus remis en cause cette segmentation.
35. Au niveau géographique, l'Autorité a envisagé de distinguer la métropole de chacun des DROM où une DSP d'exploitation de réseaux très haut débit était présente (Martinique, Guyane et La Réunion)¹⁶. En l'espèce, Altice et SFR ne sont actifs sur ce marché qu'en métropole. La question de la délimitation exacte de ce marché peut toutefois rester ouverte, l'analyse concurrentielle restant inchangée, quelle que soit l'hypothèse considérée.
36. Les parties interviennent sur ce marché du côté de la demande et du côté de l'offre. A ce dernier titre :
 - SFR propose une offre de fibre optique noire tant sur le réseau longue distance que sur le réseau de desserte locale ;
 - Altice, par le biais de Completel, propose des offres de fibre optique noire uniquement sur le segment de la desserte locale.

b) Offres de haut et très haut débit activées généralistes

37. Lorsqu'un opérateur ne dispose pas d'infrastructure propre pour adresser un client (n'ayant ni développé son propre réseau fibre, ni dégroupé de NRA, ni souscrit à une offre d'accès passif) sur une zone géographique donnée, il peut s'appuyer sur une offre d'accès « activée », ou « bitstream ». Son flux de données est alors collecté par le fournisseur de l'offre bitstream à partir d'un point de présence de l'opérateur de détail en amont du réseau et acheminé vers le client final, via la collecte du fournisseur et la boucle locale de cuivre, fibre optique ou coaxiale. Les services qu'un opérateur utilisant ce type d'offre peut proposer à sa propre clientèle dépendent dans ce cas du choix technologique opéré par le fournisseur de l'offre. Ainsi, certains opérateurs proposent une offre bitstream permettant de diffuser des contenus audiovisuels et d'autres pas.
38. Les offres activées peuvent être fondées sur la fibre optique, le DSL ou le câble coaxial et proposées par les opérateurs ayant déployé leur propre boucle locale ou bénéficiant d'un accès passif sur la boucle locale. Selon leur support, elles permettent de construire des offres de détail haut débit (offres activées sur cuivre) ou très haut débit (offres activées sur fibre optique ou sur terminaison coaxiale).

¹⁶ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-15 du 10 février 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de Mediaserv, MNU, GNU et LRN par Canal Plus Overseas.

39. La pratique décisionnelle considère que ces différentes offres de gros sont substituables, conformément à la position de l'Arcep¹⁷ « dans la mesure où les offres de détail fondées sur ces offres de gros sous-jacentes sont très largement similaires, tant en termes de services disponibles pour l'utilisateur final (internet, téléphonie, télévision) qu'en termes de tarifs ». L'Arcep souligne en outre dans son avis qu'« à ce jour, aucun régulateur européen n'a distingué le marché du haut débit du marché du très haut débit fixe, y compris dans les pays où la couverture en très haut débit est supérieure à celle du marché français, notamment en raison d'une emprise significative du réseau câblé modernisé »¹⁸, considérant que le choix des opérateurs pour leur mix technologique est déterminé par une logique d'optimisation les conduisant à migrer leurs clients vers les technologies les plus rentables.
40. Toutefois, Numericable occupe une position particulière sur ce marché puisqu'il dispose du réseau très haut débit le plus étendu en termes de couverture géographique. Il est également le seul opérateur à proposer une offre de gros activée très haut débit, les opérateurs FttH ne proposant pas de telles offres, en dehors de certains réseaux d'initiative publique (« RIP ») dont la couverture géographique est très limitée¹⁹. En outre, comme il est détaillé ci-dessous, la capacité des opérateurs à offrir des accès internet très haut débit sur le marché de détail est essentielle compte tenu de la dynamique de recrutement sur ce segment de marché.
41. Ainsi, même s'il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle en considérant un marché global des offres de gros activées généralistes, les effets de l'opération seront plus particulièrement analysés sur le segment des offres de gros activées très haut débit.

c) Marché de gros des services de capacité

42. La pratique décisionnelle distingue deux segments de transmission de capacité : les services de capacité sur le segment terminal (i) et les services de capacité sur le segment interurbain (ii), en subdivisant ce marché en un segment intraterritorial et un segment interterritorial.

(i) Marché de gros des services de capacité sur le segment terminal

Marché de produits

43. Les offres de gros de capacités sur le segment terminal permettent à un opérateur de raccorder les points de présence (« POP ») de son réseau à deux types de sites : (i) des sites de clients finals professionnels, entreprises ou administrations pour leur fournir des services de détail (notamment services de capacité de détail) là où l'opérateur ne dispose pas de sa propre infrastructure ; (ii) des éléments de réseau distants en vue de compléter son propre réseau ou le réseau d'un opérateur client.
44. Ces raccordements dédiés peuvent être proposés sur la boucle locale cuivre ou fibre optique. La prestation comprend notamment la transmission des données sur le raccordement dédié. Elles peuvent être construites sur différentes interfaces (interfaces traditionnelles ou alternatives type Ethernet).

¹⁷ Décision n° 2014-0734 du 26 juin 2014 portant sur la définition du marché pertinent de gros des offres d'accès haut débit et très haut débit activées livrées au niveau infranational, sur la désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur ce marché et sur les obligations imposées à cet opérateur sur ce marché.

¹⁸ Avis de l'Arcep n° 2014-0815 du 22 juillet 2014 (ci-après, l'« avis Arcep »), p. 27.

¹⁹ Selon les éléments au dossier, les principaux offreurs sont les sociétés Paloise Pour le Très Haut Débit (« STPTHD », RIP de Pau-Pyrénées), SIEA (RIP de l'Ain) et Go Telecom (RIP de Gonfreville-l'Orcher) (décision Arcep n° 2014-0734 du 26 juin 2014, p. 13). Au 31 mars 2014, seuls 26 000 accès FttH étaient vendus sur le marché de gros des offres activées, soit 4 % des abonnements à cette date (id., p. 29).

45. A ce jour, la pratique décisionnelle a considéré que l'ensemble des liaisons louées, tous débits confondus, ainsi que les différents types d'interfaces étaient substituables²⁰. Cette appréciation n'a toutefois pas été confirmée par le test de marché. Les tiers interrogés considèrent en effet dans leur grande majorité que les offres de gros établies sur la boucle locale de cuivre (avec Garantie de Temps de Rétablissement ou « GTR » 4h) et les offres de gros établies sur la boucle locale optique dédiée (« BLOD ») ne sont pas substituables. Ils relèvent notamment l'existence d'un écart tarifaire significatif entre les deux types d'offres et soulignent que les offres sur cuivre ne permettent pas d'offrir sur le marché de détail la même qualité de service (performance moindre, stabilité du service insuffisante, existence de services uniquement possibles avec une connexion très haut débit (visio-conférence, externalisation des services informatiques et migration des applications vers le « cloud », etc.)). L'Arcep confirme que les supports et services offerts sur cuivre et sur fibre optique sont différents, les accès sur BLOD permettant d'accéder à davantage de services. Ainsi, l'Arcep souligne que si tout type d'entreprise est susceptible d'utiliser des accès sur BLOD, cet usage s'intensifie selon les besoins, ceux-ci dépendant notamment de la taille des entreprises. L'Arcep confirme ainsi les différences significatives de prix entre les offres sur cuivre et fibre optique. Enfin, l'Arcep examine les effets de l'opération en distinguant les offres sur cuivre et sur fibre optique.
46. Par conséquent, l'opération sera analysée sur le marché des services de capacité sur le segment terminal et ses deux segments relatifs aux offres de gros établies sur la boucle locale de cuivre et aux offres de gros établies sur BLOD.

Marché géographique

47. En ce qui concerne la délimitation géographique du marché, la partie notifiante, conformément à la position de l'Arcep²¹, considère que le marché de gros des services de capacité sur le segment terminal est de dimension nationale. L'Autorité de la concurrence a quant à elle envisagé une segmentation du marché au niveau départemental pour les DROM²².
48. En l'espèce, une part importante des tiers interrogés considère que le marché de gros des services de capacité sur le segment terminal en métropole doit également être analysé au niveau local. Ils font valoir qu'à l'exception d'Orange, les opérateurs n'ont pas une couverture homogène du territoire, en particulier les Réseaux d'Initiative Publique (ci-après « RIP ») qui ont une empreinte locale (départementale, au maximum régionale). Ils mettent également en avant l'hétérogénéité des offres d'une zone à une autre (en termes de prix et qualité) et les demandes des clients qui recherchent des offres locales, soit pour compléter leur réseau, soit pour construire leur offre de détail en fonction de la localisation du client final.
49. Par conséquent, le marché des services de capacité sur le segment terminal sera analysé à la fois au niveau national et au niveau local.
50. Au niveau local, pour les offres établies sur BLOD, l'appréciation de l'impact concurrentiel s'effectuera au niveau des communes, échelon au niveau duquel les BLOD sont développées. Pour les offres de gros établies sur la boucle locale de cuivre, le territoire sera découpé sur la base des NRA, au niveau desquels les dégroupés installent leurs propres équipements pour pouvoir accéder et utiliser la boucle locale cuivre d'Orange.

²⁰ Décisions de l'Arcep n° 2010-0402 du 8 avril 2010 et n° 2014-0735 du 26 juin 2014 ; voir également la décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-15 du 10 février 2014,

²¹ Id.

²² Décision de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014,

(ii) Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain

Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain intraterritorial

51. Le marché de gros des prestations du segment interurbain comprend tous les services de capacité de transmission des liaisons louées, en complément des produits du segment terminal²³. Il comprend également les services de capacité commercialisés entre les points de présence des opérateurs. Concrètement, il s'agit d'offres activées de collecte permettant à un opérateur ne disposant pas de son propre réseau de faire transiter son trafic.
52. La partie notifiante, conformément à la position de l'Arcep, considère que ce marché est de dimension nationale. Pour des raisons identiques à celles exposées pour le marché des prestations du segment terminal, l'Autorité de la concurrence a également envisagé une segmentation du marché au niveau départemental pour les DROM²⁴.
53. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence dans le cadre de la présente opération.

Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain interterritorial

54. Les services de capacité sur le segment interurbain interterritorial sont fournis à partir des circuits interterritoriaux --câbles sous-marins-- entre la métropole et les départements ou collectivités territoriales d'outre-mer, ou entre différents départements ou collectivités territoriales d'outre-mer et permettent d'assurer à ces territoires une connectivité avec le reste du monde. Les câbles sous-marins sont généralement déployés par des consortia composés d'opérateurs de communications électroniques, dont de nombreux opérateurs historiques, qui bénéficient de droits de bande passante entre différents points géographiques en fonction de leurs participations respectives.
55. Pour fournir leurs prestations de communications électroniques et interconnecter leurs réseaux, les opérateurs achètent ainsi des capacités de transport sur le circuit interurbain entre leurs points de présence en outre-mer et un point de présence en métropole (généralement en région parisienne pour les opérateurs nouveaux entrants). De même, pour fournir leurs prestations de communications électroniques entre les départements d'outre-mer, les opérateurs achètent des capacités de transport sur le circuit interurbain interterritorial entre leur point de présence dans le premier département et leur point de présence dans le second département.
56. Techniquement, le trafic peut être véhiculé par le biais de câbles sous-marins en fibre optique, de liaisons satellitaires et de liaisons en faisceaux hertziens. L'Arcep considère toutefois que les liaisons satellitaires, en raison de leur degré de substituabilité faible avec les câbles sous-marins (en termes de tarifs, de débits, de qualité de service et d'infrastructures) sont distinctes du marché des services de capacité, qui comprend donc les liaisons par câbles sous-marins et les faisceaux hertziens. L'utilisation des faisceaux hertziens restant marginale, le marché est principalement constitué de l'offre de services via des câbles sous-marins.
57. Sur le plan géographique, la pratique décisionnelle a segmenté le marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain interterritorial par routes²⁵. Les routes Métropole-

²³ Décision de l'Arcep n° 2010-0402 du 8 avril 2010 ; voir également la décision de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014,

²⁴ Décision de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014,

²⁵ Décision de l'Arcep n° 2010-0402 du 8 avril 2010 ; voir également de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014.

Réunion, Métropole-Mayotte et Mayotte-Réunion sont les seules routes concernées par l'opération. Il s'agit en effet des seules routes sur lesquelles SRR est en mesure de proposer des offres de capacité, Altice intervenant sur ce marché en tant que demandeur.

58. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence dans le cadre de la présente opération.

2. MARCHÉS DE DÉTAIL DE LA FOURNITURE D'ACCÈS À INTERNET

59. La pratique décisionnelle distingue le marché de la fourniture d'accès à internet bas débit (via le réseau téléphonique commuté) et le marché de la fourniture d'accès à internet haut débit et très haut débit (via les technologies de l'ADSL, du câble et de la fibre)²⁶. Ainsi, la pratique décisionnelle a considéré jusqu'à présent que les accès haut et très haut débit étaient substituables, compte tenu notamment des usages spécifiques limités du très haut débit.
60. Au cas présent, l'opération justifie une analyse concurrentielle spécifique sur le segment du très haut débit (a). Il convient également de rappeler les autres segmentations applicables (b).

a) Sur le rôle des offres de très haut débit et le segment de marché correspondant

61. Les offres de très haut débit correspondent à des services de communication électroniques en situation fixe proposées sur le marché de détail avec un débit crête descendant supérieur à 30 Mbit/s, incluant un service d'accès à internet ou un service d'interconnexion de sites.
62. Sur le marché français, plusieurs technologies d'accès à internet coexistent et permettent à l'utilisateur final d'accéder à des débits très variables :
- les technologies xDSL utilisant la boucle locale en cuivre d'Orange, permettent un accès à internet haut débit avec des débits généralement inférieurs à 30 Mbit/s, même si ce débit peut être amélioré grâce à la technologie VDSL2²⁷. D'après l'Arcep²⁸, 30,6 millions de foyers sont éligibles à un service haut débit sur la boucle locale cuivre au 31 mars 2014. Tous les opérateurs de télécommunication proposent des offres xDSL sur la base de leur réseau dégroupé ou d'offres de gros activées achetées auprès d'autres opérateurs ;
 - les technologies fondées sur la fibre optique déployée jusqu'à l'abonné (FttH) : l'utilisateur a alors accès à des débits symétrique supérieurs à 100 Mbit/s. D'après l'Arcep, 3,15 millions de logements sont éligibles à une telle offre au 31 mars 2014. A ce jour, Orange, SFR et dans une moindre mesure Bouygues Telecom et Free ont commencé à déployer leurs infrastructures en fibre optique ;
 - les technologies HFC (« *Hybrid Fiber Coaxial* ») et FttLA (« *Fiber to the Last Amplifier* ») développées exclusivement par Numericable : elles s'appuient sur les réseaux câblés de l'opérateur qui sont constitués d'un cœur de réseau en fibre optique et d'une terminaison en câble coaxial. La technologie FttLA permet de rapprocher de

²⁶ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-95 du 17 juillet 2012 ; n° 11-DCC-110 du 26 juillet 2011 ; n° 10-DCC-182 du 13 décembre 2010 et n°09-DCC-35 du 6 août 2009.

²⁷ Le VDSL2 (ou *Very high speed Digital Subscriber Line 2*) est un protocole de transmission de données sur le réseau cuivre qui permet d'atteindre des débits maximum de 100 Mbit/s. L'Arcep a autorisé son utilisation depuis le 1^{er} octobre 2013. Seules 14,5 % des lignes sont éligibles au VDSL2.

²⁸ Avis de l'Arcep p. 14.

marnière plus importante la fibre optique de l'abonné et permet de lui assurer un débit similaire à celui proposé en FttH. D'après l'Arcep, 8,463 millions de logements sont éligibles à une offre internet à très haut débit via un réseau coaxial au 31 mars 2014, dont 5,4 millions permettent d'accéder à un débit supérieur à 100 Mbit/s.

63. La partie notifiante considère qu'il n'est pas pertinent de distinguer les accès haut débit des accès très haut débit. Elle s'appuie sur l'analyse de l'Arcep qui souligne (i) l'existence d'un continuum de débit entre les offres fondées sur le DSL, le câble et la fibre optique, (ii) l'absence d'application spécifique au très haut débit et (iii) l'absence de différenciation tarifaire des offres de détail²⁹. L'Arcep a confirmé cette analyse dans l'avis rendu à l'occasion de la présente opération³⁰. Elle a également souligné qu'à ce jour « *les opérateurs composent des gammes d'offres de détail homogènes sur l'ensemble du territoire national en s'appuyant sur un mix technologique* ».
64. En l'espèce, il ressort de l'instruction que les accès très haut débit permettent certains usages spécifiques compte tenu de ses performances techniques (par exemple la télévision en ultra haute définition), inaccessibles sur des accès haut débit. Néanmoins, en l'état du marché, le très haut débit permet avant tout une amélioration du confort d'utilisation des services existants (comme les services de télévision non-linéaires, la réception sur plusieurs écrans de manière simultanée, les jeux en ligne et le stockage et partage de données en ligne). Ainsi, dès 2008, le Conseil de la concurrence a eu l'occasion de relever que « *la mise sur le marché de contenus exploitant les possibilités offertes par le très haut débit ne se fera que progressivement. Dans un premier temps, les offres utilisant la fibre devraient se situer dans la continuité des offres existantes et permettre essentiellement un accès plus confortable aux contenus existants. Ce n'est que dans un second temps que le déploiement des réseaux suscitera l'apparition de contenus spécifiques* »³¹. Le marché connaît donc actuellement une phase de transition technologique qui permettra, à l'issue du déploiement des réseaux très haut débit, la généralisation de services qui ne sont pas accessibles sur des accès haut débit.
65. La différenciation en termes de qualité entre les accès internet haut débit et très haut débit se matérialise en premier lieu par une consommation sensiblement plus importante de la part des clients très haut débit par rapport aux clients haut débit. Les éléments communiqués par les principaux fournisseurs d'accès à internet (« FAI »), et notamment Orange et Bouygues Telecom, font état de consommations de l'ordre de deux fois plus importantes des abonnés très haut débit³². En deuxième lieu, on constate une substituabilité asymétrique entre les deux types d'accès : les données communiquées par la partie notifiante³³ montrent en effet que les taux de retour à une offre haut débit des abonnés résiliant des offres très haut débit décroissent fortement, passant de [...] % à [...] % entre 2013 et 2014, pour [...] % de clients conservant une offre très haut débit au 1^{er} trimestre 2014. Les données communiquées par Bouygues Telecom et Orange font état d'une proportion encore plus importante, l'essentiel des abonnés

²⁹ Notification point 559 et décision de l'Arcep n° 2014-0734 du 26 juin 2014 portant sur la définition du marché pertinent de gros des offres d'accès haut et très haut débit activées.

³⁰ Avis de l'Arcep n° 2014-0815 en dates du 22 juillet 2014 rendu à la demande de l'Autorité de la concurrence portant sur la concentration constituée par l'acquisition du contrôle exclusif de SFR par le groupe Altice et sa filiale Numericable Group, p. 26.

³¹ Avis du Conseil n° 08-A-09

³² Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 18, p. 32. Réponse d'Orange au test de marché de phase 1, question 20 et aux questions complémentaires en date du 13 août 2014, question 8.

³³ Annexe à la notification, Q46.

très haut débit migrant vers d'autres abonnements très haut débit en cas de changement³⁴. Le groupe Iliad estime pour sa part que « *les abonnés au THD ne reviendront pas vers le HD* », ce qui est globalement conforme aux faibles taux de retour à des offres haut débit effectivement observées par les autres opérateurs³⁵.

66. Compte tenu de ces éléments, il convient d'examiner les effets de l'opération sur le segment de l'accès à internet très haut débit. En effet, l'appréciation des effets d'une opération de concentration prenant place sur un marché de produits différenciés peut se focaliser sur l'un des types de produits offerts qui, même s'il appartient à un marché pertinent plus large, répond néanmoins à une demande ou une préférence spécifique des consommateurs³⁶. La Commission européenne a d'ailleurs récemment analysé les effets d'opérations de concentration sur des segments particuliers de marchés relevant du secteur des télécommunications, considérant qu'« *il est généralement reconnu dans la pratique décisionnelle de la Commission en matière de contrôle des concentrations que, au sein d'un marché, des préoccupations de concurrence peuvent émerger en lien avec certains segments qui ont une importance particulière pour le marché dans son ensemble* »³⁷. Ceci est en particulier le cas de segments de marché qui jouent un rôle essentiel dans le développement futur du marché, la Commission européenne considérant alors qu'un effet sur un tel segment particulier entraîne un effet sur le marché dans son ensemble³⁸.
67. Tel est le rôle que jouent actuellement les offres très haut débit pour les télécommunications fixes. Selon l'observatoire des marchés des communications électroniques de l'Arcep concernant les services fixes haut et très haut débit sur les marchés de détail³⁹ à fin 2013, le nombre d'abonnements total était de 24,905 millions, dont 2,05 millions pour le très haut débit. Le segment du très haut débit a contribué à hauteur de 47 % à la croissance du nombre d'abonnements sur l'année, et de 78 % sur le dernier trimestre 2013. Les recrutements les plus dynamiques concernent les abonnements qui permettent d'obtenir les débits les plus importants (+72 % pour les abonnements fibre et +23 % pour les abonnements de plus de 100 Mbit/s dont les abonnements sur le câble modernisé).
68. L'importance des offres très haut débit dans la croissance globale du marché est d'autant plus remarquable que le haut débit représente à ce jour encore plus de 91 % des abonnements⁴⁰. Le segment du très haut débit porte donc la croissance du marché dans son ensemble et revêt donc une importance fondamentale pour le développement du secteur.
69. La contribution du segment du très haut débit à la croissance du secteur tend en outre à s'accroître dans le temps, comme l'illustre le schéma suivant :

³⁴ Réponses au test de marché de phase 1, question 22 : ([80-90] % des clients Bouygues Telecom très haut débit qui modifient leur abonnement chez l'opérateur conservent une offre très haut débit ; ce taux est de [80-90] % chez Orange.

³⁵ *Id.*

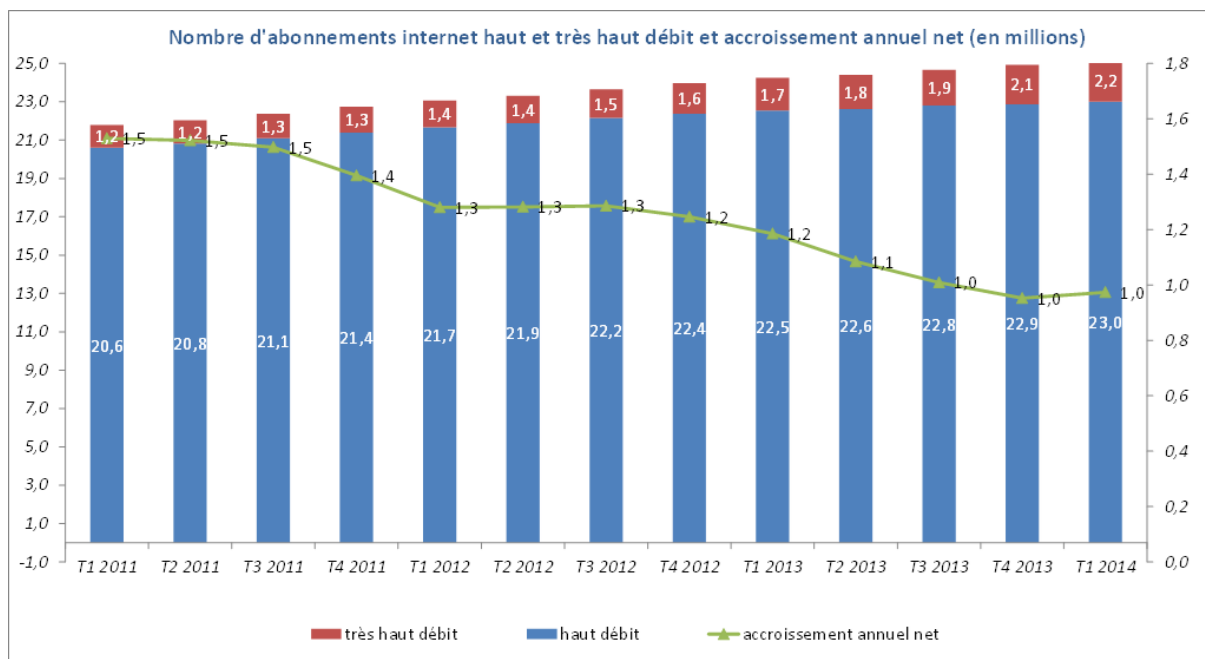
³⁶ Voir, en ce sens, la décision de la Commission européenne n° COMP/M.5658 du 17 novembre 2010, Unilever/Sara Lee, §138 et s.

³⁷ Décision de la Commission européenne n° COMP/M.6497 du 12 décembre 2012, Hutchison 3G Austria/Orange Austria, §140 et s. (concernant les segments des offres post-payées et des offres « data-only ») (traduction libre en français).

³⁸ *Id.*

³⁹ Observatoire des marchés des communications électroniques – services fixes haut et très haut débit (marchés de détail 4^{ème} trimestre 2013).

⁴⁰ *Id.*



Source : Arcep, *Observatoire des marchés des communications électroniques en France*, 1^{er} trimestre 2014, 3 juillet 2014, p. 10

70. L'intégralité des FAI confirme d'ailleurs ce constat, avec des taux de croissance très significativement supérieurs des abonnements très haut débit par rapport aux abonnements haut débit. La croissance respective des parcs des principaux FAI est reprise dans le tableau suivant⁴¹ :

	Croissance parc très haut débit 2012-2013	Croissance parc haut débit 2012-2013
SFR ⁴²	+ [70-80] %	+ [0-5] %
Numericable	+ [5-10] %	N/A
Orange	+ [80-90] %	+ [0-5] %
BYT	Entre + [10-20] % et + [30-40] % selon les débits	+ [5-10] %
Free	+ [20-30] %	+ [0-5] %

71. En outre, pour les raisons présentées dans les développements ci-dessous relatifs à l'analyse concurrentielle, l'opération implique deux acteurs majeurs du très haut débit, le leader du segment –Numericable– prenant le contrôle d'un concurrent actuel et potentiel majeur –SFR–, et entraîne par conséquent des risques pour les déploiements FttH dans lesquels SFR s'était engagé avant l'opération. Il convient donc d'étudier spécifiquement l'impact de l'opération sur le déploiement des infrastructures FttH.

⁴¹ Test de marché de phase 1 aux FAI, questions 27 et 28.

⁴² Réponse en date du 19 août aux questions complémentaires du 7 août 2014, question 3.

72. L'analyse des effets de l'opération sur le marché des offres de détail haut et très haut débit sera donc effectuée en tenant compte des effets de l'opération sur le segment du très haut débit, sur lequel la concentration entraîne des effets directs. Conformément à la pratique décisionnelle⁴³, compte tenu du rôle de l'accès à internet très haut débit dans le développement du marché, il convient ainsi de considérer que les effets de l'opération sur le segment du très haut débit constituent des effets affectant le marché dans son ensemble.

b) Autres segmentations

73. La pratique décisionnelle distingue également au sein du marché de la fourniture au détail d'accès internet la clientèle résidentielle de la clientèle professionnelle. De plus, la clientèle professionnelle se distingue du reste de la clientèle non-résidentielle (ci-après, la clientèle « entreprises ») dans la mesure où ses besoins sont proches de ceux de la clientèle résidentielle. Les professionnels bénéficient de services standardisés et sont moins sensibles à la qualité de service que les entreprises, notamment en ce qui concerne les garanties de temps de rétablissement (ci-après « GTR »).
74. La pratique décisionnelle a également envisagé une distinction selon le type de services proposés : ainsi, le marché de la fourniture d'accès à internet haut et très haut débit comprend l'ensemble des services haut et très haut débit, à savoir, outre l'accès à internet, les services de voix sur IP et la télévision. Ces services sont généralement proposés dans le cadre d'une offre multiservices dite « triple-play » (ou « 3P »). Ces offres peuvent évoluer vers des offres dites « quadruple-play » (ou « 4P ») lorsqu'elles intègrent un service supplémentaire de téléphonie mobile. Les termes « offres multiservices » ou « offres multiple-play » peuvent également être utilisés pour désigner ce marché. La question d'une segmentation plus fine de ce marché en fonction de chaque type de service a été posée dans la pratique décisionnelle récente de l'Autorité, mais n'a pas été tranchée⁴⁴. En l'espèce, compte tenu des effets congloméraux qu'entraîne l'opération, ses effets seront examinés sur le segment des offres quadruple play.

⁴³ Voir également la décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-DCC-11 du 26 janvier 2010 relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe TF1 de la société NT1 et Monte-Carlo Participations (groupe AB), concernant l'analyse des écrans puissants, notamment point 171.

⁴⁴ Voir la décision n° 14-DCC-15 du 10 février 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de Mediaserv, Martinique Numérique, Guyane Numérique et La Réunion Numérique par Canal Plus Overseas, §14.

3. MARCHÉS DE DÉTAIL DES SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS FIXES SPÉCIFIQUES ENTREPRISES

a) Marché de produits

75. Les services de télécommunications fixes spécifiques entreprises incluent les services d'accès internet pour les entreprises et les services de détail de capacité, c'est-à-dire les capacités de communications électroniques qu'une entreprise ou une administration utilise pour relier ses différents sites entre eux. Sur ce marché, la demande émane d'entreprises ayant des besoins spécifiques, à la différence des besoins généralistes d'utilisateurs professionnels et de très petites entreprises, qui utilisent des offres standards similaires à celles qui s'adressent à des clients résidentiels. Ainsi, les offres proposées aux entreprises comportent des services spécifiques, avec un débit garanti et un temps de rétablissement de service en cas de panne largement inférieur à celui des offres standards.
76. Pour ce type de clientèle, la pratique décisionnelle a retenu deux marchés distincts pour les services d'accès internet⁴⁵ et les services de détail de capacité⁴⁶. La partie notifiante considère toutefois que les services d'accès à internet pour les entreprises et les services de détail de capacité appartiennent au même marché. Le test de marché a confirmé cette approche, les tiers interrogés soulignant que (i) les entreprises clientes de ces services sont les mêmes, (ii) ces services sont généralement vendus ensemble et (iii) les principaux opérateurs du marché proposent les deux types de services.
77. Il ressort par ailleurs du test de marché qu'il convient d'isoler le segment du « haut de marché » entreprise, au moins en métropole. En effet, ce segment comprend les entreprises et entités publiques présentant trois caractéristiques particulières qui justifient d'y examiner spécifiquement les effets de l'opération. Il s'agit de clients qui :
- (i) ont besoin de solutions spécifiques (interconnexion de sites, infrastructure dédiée, sécurisation du réseau, sites critiques (sièges sociaux ou établissements significatifs), etc.) nécessitant des offres sur mesure établies, au moins en partie, sur BLOD (à la différence du reste du marché pour lequel les offres sur cuivre avec GTR sont suffisantes) ;
 - (ii) sélectionnent leurs fournisseurs par le biais d'appels d'offres, en fonction d'un cahier des charges précis détaillant les besoins de l'entreprise ; et
 - (iii) sont en relation avec des équipes dédiées au sein des opérateurs pour répondre aux appels d'offres mais également suivre les clients sur la durée des contrats.
78. Du point de vue de la demande, les solutions et niveaux de services proposés à la clientèle du « haut de marché » ne sont donc pas substituables à ceux offerts sur le reste du marché.
79. Par conséquent, l'opération sera analysée sur le marché global des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises et le segment relatif à la clientèle du « haut de marché ».

⁴⁵ Le marché de la fourniture d'accès à internet comprend, outre l'accès à internet, les services de téléphonie et de télévision sur IP.

⁴⁶ Décision de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014,

b) Marché géographique

80. Pour la fourniture d'accès à internet comme pour les services de détail de capacité, la pratique décisionnelle a distingué le territoire métropolitain des DROM, les conditions de concurrence y étant différentes⁴⁷. En effet, les acteurs y sont en partie différents et les marchés des DROM se caractérisent par des offres significativement plus chères qu'en métropole, pour un niveau de service moindre⁴⁸.
81. Le test de marché a confirmé cette analyse. En particulier, pour la métropole, les tiers interrogés ont souligné les besoins multi-sites de nombreux clients répartis sur l'ensemble du territoire. Ils ont également mis en avant la capacité des principaux concurrents à fournir une offre ayant une couverture nationale et la qualité de service homogène sur l'ensemble du territoire.
82. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence dans le cadre de la présente opération.

4. MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION D'ACCÈS À INTERNET

83. La distribution au détail d'accès à internet consiste dans la distribution au client final d'offres d'accès à internet par canaux de distribution physique et à distance.
84. Selon la pratique décisionnelle⁴⁹, la typologie des canaux de distribution des offres haut débit multiservices est similaire à celle des canaux de distribution des produits et services de téléphonie mobile⁵⁰. La répartition des ventes d'abonnements multiservices entre ces différents canaux de distribution est toutefois différente de celle des services de téléphonie mobile. En effet, une part significative des ventes d'abonnements est réalisée à distance, certaines offres n'étant disponibles que sur internet ou par téléphone.
85. La pratique décisionnelle considère par ailleurs qu'il convient de distinguer la métropole de chacun des DROM⁵¹.
86. En outre, en métropole d'une part et sur chaque DROM d'autre part, la pratique décisionnelle considère qu'une analyse locale n'est pas pertinente du fait notamment du poids de la vente à distance (par internet et par téléphone) qui tend à rendre homogène sur tout le territoire les conditions de concurrence s'agissant de la distribution d'accès à internet, contrairement au marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile.

⁴⁷ *Décision de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014 ; avis n° 10-A-13 du 14 juin 2010 relatif à l'utilisation croisée des bases de clientèle* *Décision n° 13-DCC-199 du 24 décembre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mobius SAS par Altice Blue Two SAS.*

⁴⁸ *Avis n° 10-A-13 du 14 juin 2010 relatif à l'utilisation croisée des bases de clientèle* *Décision n° 13-DCC-199 du 24 décembre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mobius SAS par Altice Blue Two SAS.*

⁴⁹ *Décisions n° 11-DCC-110 du 26 juillet 2011 et n° 11-DCC-118 du 20 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Compagnie Européenne de Téléphonie par la société France Télécom SA.*

⁵⁰ *Les différents canaux de distribution peuvent être présentés selon la typologie suivante : (i) réseaux intégrés des opérateurs ; (ii) réseaux monomarques spécialisés liés, sans être intégrés, aux opérateurs par un partenariat exclusif ou quasi-exclusif ; (iii) réseaux multimarques spécialisés, qu'il s'agisse de spécialistes télécom ou de grandes surfaces spécialisées (tels que notamment The Phone House, Fnac, Darty), intégrés ou non à des groupes de distribution ; (iv) réseaux multimarques généralistes (grandes surfaces alimentaires) ; (v) réseaux de vente à distance (internet, vente par téléphone, vente directe).*

⁵¹ *Décision n° 13-DCC-199 du 24 décembre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mobius SAS par Altice Blue Two SAS.*

87. Il ressort toutefois de l’instruction que le poids des ventes à distance est très variable selon le positionnement des opérateurs : en métropole, Free réalise par ce biais environ [90-100] % de ses ventes, Numericable [70-80] %, Bouygues Telecom [50-60] %, SFR [40-50] % et Orange seulement [30-40] %⁵². A La Réunion et à Mayotte, la vente à distance reste minoritaire comme il sera détaillé dans l’analyse concurrentielle.
88. Par ailleurs, si tous les opérateurs interrogés au cours de l’instruction ont confirmé l’absence de concurrence en prix au niveau local, ils ont également fait valoir que la détention d’un réseau de distribution doté d’implantations locales adéquates et d’un réseau de boutiques suffisamment dense était désormais nécessaire pour être en mesure de se développer efficacement sur le marché de détail de l’accès à internet. Les opérateurs interrogés ont indiqué que la complexité croissante des produits vendus rendait le déplacement en boutique nécessaire pour une partie croissante de la population, au fur et à mesure de la progression de la pénétration des offres multiservices associant téléphonie, accès internet, télévision payante et/ou téléphonie mobile, notamment en dehors des grandes agglomérations. Ainsi, Free qui s’est développé à l’origine sans boutique dispose à l’heure actuelle d’environ 40 boutiques et souhaite continuer à étendre son réseau. Bouygues Telecom a également déclaré qu’après avoir réduit son réseau de distribution, l’opérateur avait identifié un besoin de conseil de proximité qui l’avait conduit à ouvrir de nouvelles boutiques⁵³. En outre, les opérateurs considèrent que le réseau de boutiques est essentiel pour conquérir de nouveaux clients sur un marché mature, comme celui de l’accès internet, et que les seules souscriptions par le biais du site internet ne suffisent pas à recruter un nombre suffisant de nouveaux abonnés.
89. Enfin, d’après l’ensemble des opérateurs interrogés, l’exploitation d’un réseau de distribution physique est essentielle dans la mesure où les boutiques permettent de commercialiser dans un lieu unique des offres combinant de l’accès internet, de la téléphonie fixe et mobile et/ou des bouquets de télévision payante. D’après les opérateurs, l’accompagnement du client par un commercial est décisif pour ce type de ventes.
90. Du fait de l’importance des offres associant internet, téléphonie mobile et télévision payante dans l’animation de la concurrence sur les marchés concernés, il peut donc être envisagé d’analyser le marché de la distribution d’accès internet au niveau local. Néanmoins, cette question peut être laissée ouverte, les conclusions de l’analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit l’hypothèse considérée.

C. MARCHÉS DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

91. La pratique décisionnelle distingue trois marchés de la téléphonie mobile : en amont, le marché de gros de l’accès et du départ d’appel sur les réseaux téléphoniques mobiles (1) ; en aval, le marché de détail de la téléphonie mobile (2) et le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile (3). Les activités des parties dans ce secteur se chevauchent en métropole, à La Réunion et à Mayotte.

⁵² Voir les réponses des opérateurs à la question 118 du test de marché. Pour les parties, voir p. 394 de la notification.

⁵³ PV d’audition de Bouygues Telecom, question 2.

1. MARCHÉ DE GROS DE L'ACCÈS ET DU DÉPART D'APPEL SUR LES RÉSEAUX TÉLÉPHONIQUES MOBILES

92. Le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles regroupe « *les prestations qui sont fournies par un opérateur de réseau mobile à un acteur ne disposant pas d'une autorisation d'utilisation de fréquences pour la zone considérée en vue de permettre à ce dernier de fournir au détail un ensemble de services d'accès et de départ d'appel mobile pertinents* »⁵⁴.
93. Ainsi, sur ce marché, se rencontrent une offre proposée par les opérateurs de réseaux mobiles hôtes disposant d'une licence d'exploitation et d'un réseau mobile ad hoc (« MNO »⁵⁵) et une demande constituée par les opérateurs virtuels (« MVNO »⁵⁶) qui s'approvisionnent en temps de communication. Il s'agit d'un marché caractérisé par la conclusion de contrats de gré-à-gré, suite à des négociations sur les tarifs et les services proposés par les MNO au futur MVNO utilisateur de son réseau.
94. Au plan géographique, la pratique décisionnelle considère que le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux téléphoniques mobiles a une dimension nationale métropolitaine en raison du caractère homogène des services proposés, de la similarité des acteurs (clients et concurrents) et de l'uniformité des politiques tarifaires et de commercialisation sur l'ensemble du territoire national métropolitain⁵⁷.
95. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence dans le cadre de la présente opération.
96. Par ailleurs, en l'absence de MVNO à La Réunion et à Mayotte, il n'y a pas lieu de s'interroger sur la dimension géographique d'un éventuel marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles pour ces territoires.

2. MARCHÉ DE DÉTAIL DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

97. La pratique décisionnelle a défini de façon constante le marché de détail de la téléphonie mobile comme étant celui sur lequel se rencontrent, d'une part, une offre pour la fourniture de services de téléphonie mobile (émanant des MNO ou des MVNO) et, d'autre part, une demande constituée des consommateurs finaux, qu'il s'agisse de particuliers ou de professionnels⁵⁸.
98. La pratique décisionnelle a également observé que de nouvelles offres se sont développées, ayant pour point commun de permettre un accès à internet en mobilité (services de navigation et services de messagerie)⁵⁹. Elle a donc envisagé l'existence de trois marchés distincts : celui

⁵⁴ Décisions de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-95 du 17 juillet 2012, n°11-DCC-07 du 28 janvier 2011 et n°09-DCC-65 du 30 novembre 2009,

⁵⁵ MNO : Mobile Network Operator.

⁵⁶ MVNO : Mobile Virtual Network Operator.

⁵⁷ Décisions de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-95 du 17 juillet 2012, n°11-DCC-07 du 28 janvier 2011 et n°09-DCC-65 du 30 novembre 2009,

⁵⁸ Décisions de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014, n°13-DCC-69 du 25 juin 2013 et n°11-DCC-07 du 28 janvier 2011.

⁵⁹ Décisions de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-95 du 17 juillet 2012, n°11-DCC-07 du 28 janvier 2011 et n°09-DCC-65 du 30 novembre 2009,

des offres standards de téléphonie mobile, celui des offres limitées à un accès permanent à internet, et enfin celui des offres mixtes permettant d'établir des communications vocales et un accès à internet. Elle a en outre envisagé que le marché soit segmenté en deux segments distincts en fonction des catégories de clientèle (grand public et entreprises).

99. Au cas d'espèce, la question de la délimitation exacte des marchés de détail de téléphonie mobile peut être laissée ouverte, les difficultés soulevées par l'opération se posant de la même manière, quelle que soit la segmentation retenue.
100. Au plan géographique, la pratique décisionnelle nationale a précisé que le marché de détail de téléphonie devait être circonscrit à la France métropolitaine, les départements d'outre-mer et les collectivités territoriales de Mayotte et Saint Pierre-et-Miquelon possédant des particularités qui amènent à les distinguer de la métropole⁶⁰.
101. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence dans le cadre de la présente opération.

3. MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES DE TÉLÉPHONIE MOBILE

a) Marché de services

102. La pratique décisionnelle a défini un marché global de la distribution de produits et services de téléphonie mobile qui regroupe la vente de temps de communication, de terminaux de téléphonie mobile et d'autres services aux consommateurs finaux⁶¹.
103. Sur ce marché, les distributeurs sont soit « *monomarkets* » (distribution des offres d'un seul opérateur) soit « *multimarkets* » (distribution des offres de plusieurs opérateurs) avec un degré de spécialisation plus ou moins important. Les différents canaux de distribution peuvent être présentés selon la typologie suivante :
 - réseaux intégrés des opérateurs de téléphonie mobile ;
 - réseaux monomarkets spécialisés liés, sans être intégrés, aux opérateurs de téléphonie mobile par un partenariat exclusif ou quasi-exclusif ;
 - réseaux multimarkets spécialisés, qu'il s'agisse de spécialistes télécom ou de grandes surfaces spécialisées, intégrés ou non à des groupes de distribution ;
 - réseaux multimarkets généralistes (grandes surfaces alimentaires) ;
 - réseaux de vente à distance (internet, vente par téléphone, vente directe) : les distributeurs ici regroupés peuvent être monomarkets ou multimarkets et présentent un degré de spécialisation plus ou moins élevé. Il convient de relever que les MNO et les MVNO disposent de leurs propres sites internet et plateformes téléphoniques.
104. La pratique décisionnelle n'a pas segmenté le marché global de la distribution de produits et services de téléphonie mobile selon ces différents canaux pour la métropole⁶².
105. Les réponses au test de marché montrent qu'une segmentation par canal de distribution est en revanche adaptée aux spécificités de La Réunion et de Mayotte où se côtoient, d'un côté, les

⁶⁰ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-15 du 10 février 2014, n° 13-DCC-69 du 25 juin 2013 et n° 11-DCC-07 du 28 janvier 2011.

⁶¹ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-69 du 25 juin 2013 et n° 11-DCC-07 du 28 janvier 2011.

⁶² Id.

boutiques spécialisées, comprenant les réseaux des opérateurs de téléphonie mobile (Orange, SRR et Altice) ainsi que quelques magasins multimarques (Home City et Soredisc) et, de l'autre, des distributeurs généralistes (bureaux de tabac, presse, stations services, bureaux de poste et magasins alimentaires) dont l'activité se limite à la distribution de cartes prépayées voire d'une gamme réduite de terminaux mobile (entre 2 et 4 contre une trentaine dans les boutiques des opérateurs de téléphonie mobile) et qui constituent une offre d'appoint.

b) Marché géographique

106. La pratique décisionnelle a retenu une délimitation locale des marchés de la distribution de produits et services de téléphonie mobile, compte tenu notamment du fait que les opérateurs de téléphonie mobile développent constamment leur propre réseau de distribution, avec une volonté de maîtriser davantage la distribution de leurs produits et services⁶³. L'Autorité conduit également une analyse concurrentielle au niveau national, en distinguant toutefois les départements et territoires d'outre-mer compte tenu de leurs particularités locales⁶⁴.
107. Au niveau local, la pratique décisionnelle a pris en considération des zones de chalandise définies en tenant compte du territoire de la commune sur laquelle sont établis les points de vente concernés par l'opération, en envisageant une distinction entre magasins implantés en centre-ville et magasins implantés en centre commerciaux.
108. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle de l'Autorité de la concurrence dans le cadre de la présente opération.

D. MARCHÉS DE LA TÉLÉVISION PAYANTE

109. La pratique décisionnelle en matière de télévision payante distingue les marchés amont de l'acquisition des droits de diffusion de programmes (1) des marchés intermédiaires de la commercialisation et de l'édition de chaînes (2). A l'aval, la pratique décisionnelle a distingué plusieurs marchés de la distribution de services de télévision payante (3).

1. MARCHÉS AMONT DES ACQUISITIONS DE DROITS

a) Marchés de produits

110. En amont, la pratique décisionnelle a distingué les marchés relatifs à l'acquisition des droits de diffusion des films de cinéma et séries et ceux portant sur la diffusion d'évènements sportifs.
111. S'agissant des œuvres cinématographiques et des séries audiovisuelles, la pratique décisionnelle⁶⁵ effectue traditionnellement une triple segmentation en fonction (i) des fenêtres

⁶³ *Id.*

⁶⁴ *Décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-110 du 26 juillet 2011.*

⁶⁵ *Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-100 du 23 juillet 2012.*

de diffusion telles que définies par la chronologie des médias⁶⁶, (ii) du mode diffusion (linéaire, à la demande, à la demande par abonnement) et (iii) de l'origine de l'œuvre acquise.

112. En l'espèce, seul le groupe Altice est présent sur les marchés d'acquisition de droits, par le biais des chaînes du groupe Ma Chaîne Sport (« MCS »), comprenant Ma Chaîne Sport, Ma Chaîne Sport Bien Etre, Ma Chaîne Sport Extrême et Ma Chaîne Sport Tennis. La position du groupe Altice sur ces marchés est cependant trop modeste pour entraîner un risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'un effet vertical.
113. En outre, il convient de préciser que, s'agissant des droits de diffusion non-linéaires, SFR achète l'intégralité de son catalogue de contenus auprès de l'agrégateur VoD Factory. La partie notifiante précise que SFR n'a aucune maîtrise sur la ligne éditoriale suivie par VoD Factory pour l'édition de ce catalogue⁶⁷.

b) Marchés géographiques

114. La pratique décisionnelle considère que les marchés amont d'acquisition de droits sont de dimension nationale⁶⁸. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.

2. MARCHÉS INTERMÉDIAIRES DE L'ÉDITION ET DE LA COMMERCIALISATION DE CHAÎNES DE TÉLÉVISION PAYANTE

a) Marchés de produits

115. En matière d'édition et de commercialisation de chaînes de télévision payante, la pratique décisionnelle considère qu'il n'est pas pertinent de distinguer différents marchés en fonction des plateformes de distribution des chaînes (satellite, câble, ADSL, fibre). Ce constat a été confirmé par le test de marché. Certains opérateurs interrogés ont toutefois relevé que les débits nécessaires à la diffusion de leurs services audiovisuels tendent à s'accroître. Selon eux, à moyen terme, les capacités offertes par la technologie ADSL pourraient donc arriver à saturation.
116. La pratique décisionnelle retient une segmentation des marchés intermédiaires en fonction des thématiques des chaînes. La pratique décisionnelle⁶⁹ distingue ainsi les chaînes premium (en segmentant selon que les chaînes sont mono-contenus ou « mixtes ») et différentes chaînes constituées autour d'une thématique. La pratique distingue à ce titre les chaînes de cinéma, de sport, de programmes destinés à la jeunesse et d'information⁷⁰.
117. Par ailleurs, la pratique décisionnelle opère une distinction entre les services de télévision linéaires et non-linéaires, tout en précisant que l'édition de service de télévision de rattrapage associé à une chaîne ne constitue pas un marché distinct.

⁶⁶ Voir l'arrêté du 9 juillet 2009 pris en application de l'article 30-7 du code de l'industrie cinématographique Bien que la chronologie des médias ne soit pas applicable à certains contenus cinématographiques d'origine étrangère, son principe est repris dans les contrats d'acquisition de droits de diffusion desdits contenus.

⁶⁷ Formulaire de notification §744.

⁶⁸ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-100 ; n°14-DCC-15 et n°14-DCC-50 ainsi que la lettre du ministre de l'économie n°C2006-02.

⁶⁹ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-100 précitée.

⁷⁰ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-100 précitée.

118. Enfin les autorités de concurrence ont envisagé de sous-segmenter les marchés de l'édition et commercialisation de chaînes selon la nature du réseau sur lequel celles-ci sont diffusées. L'Autorité de la concurrence s'est ainsi interrogée sur l'existence des marchés distincts d'édition et de commercialisation de chaînes à destination des réseaux mobiles d'une part et fibrés d'autre part⁷¹.
119. En l'espèce, du côté de l'offre de chaînes, seul le groupe Altice est présent par l'intermédiaire de son bouquet de chaînes sportives MCS. Les activités des parties se chevauchent en revanche s'agissant de la demande de chaînes de télévision payante dans la mesure où aussi bien Altice que SFR éditent des services de télévision payante linéaire.

b) Marchés géographiques

120. Sur le plan géographique, la pratique décisionnelle considère que les marchés de l'édition et de la commercialisation de chaînes de télévision payantes sont de dimension nationale, à l'exception des départements d'outre-mer.

3. MARCHÉS AVAL DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES DE TÉLÉVISION PAYANTE

a) Marchés de produits

121. La pratique décisionnelle distingue le marché de la télévision payante de celui de la télévision gratuite compte tenu, notamment, du mode de financement différent de ces deux types de télévision. En effet, la télévision payante établit une relation commerciale entre le distributeur de télévision et le téléspectateur alors que la télévision gratuite établit cette relation entre le distributeur de télévision et les annonceurs publicitaires. Ces deux offres ne sont donc pas substituables aux yeux des consommateurs.
122. La pratique décisionnelle considère également que la distribution de services de télévision payante à destination des professionnels constitue un marché distinct dans la mesure où les offres proposées à ce type de clientèle diffèrent de celles acquises par les particuliers⁷².
123. Dans sa décision relative à l'opération *Groupe Canal Plus/TPS*⁷³, l'Autorité de la concurrence a considéré qu'il convenait de segmenter le marché aval de la distribution de services de télévision payante selon le niveau de service (premier ou second niveau). Les offres de premier niveau de services, sont en effet disponibles sans coût supplémentaire pour les abonnés ayant souscrit un abonnement *triple play* auprès d'un FAI. En revanche les FAI commercialisent des chaînes ou bouquets, qualifiés de « second niveau », en contrepartie du paiement d'un abonnement supplémentaire, spécifique à ce type de prestation.
124. L'Autorité de la concurrence a considéré, dans sa décision *Groupe Canal Plus/TPS*⁷⁴, que seules les offres de second niveau des FAI sont de nature à exercer une pression concurrentielle sur les offres proposées par les opérateurs de télévision payante tels que GCP ou la partie notifiante.

⁷¹ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-100 précitée, §91-93.

⁷² Lettre du ministre de l'économie n° C2006-02 du 30 août 2006; avis n° 06-A-13, p. 22; décision de l'Autorité de la concurrence n° 10-D-32.

⁷³ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 12-DCC-100 précitée.

⁷⁴ *Id.*

125. La pratique décisionnelle⁷⁵ considère par ailleurs que les offres de services linéaires de télévision payante doivent être distinguées des offres de services non-linéaires. Les services de télévision linéaire proposent en effet aux utilisateurs une offre de programmes audiovisuels diffusés de manière continue. Les services de télévision non linéaire permettent pour leur part de visionner des programmes audiovisuels au moment choisi par l'utilisateur.
126. Enfin, l'Autorité de la concurrence s'est interrogée à l'occasion de l'opération *Groupe Canal Plus/Mediaserv*⁷⁶, dans le cas particulier des territoires ultramarins, sur une possible segmentation des marchés de la distribution de services de télévision payante selon la plateforme de distribution (satellite, hertzien, câble et ADSL). L'Autorité a considéré qu'une telle segmentation n'était pas pertinente en précisant toutefois qu'il convient de tenir compte du caractère largement complémentaire du satellite et des modes filaires de distribution dans le cadre de l'analyse concurrentielle des marchés ultramarins.
127. En l'espèce, les parties sont toutes présentes sur les marchés de la distribution de services de télévision payante linéaire et non-linéaire.

b) Marchés géographiques

128. La pratique décisionnelle considère que les marchés de la distribution de chaînes de télévision payantes doivent être appréhendés de façon distincte concernant la métropole d'une part, et les départements et régions d'outre-mer d'autre part, compte tenu des différences constatées entre les offres proposées sur ces différents territoires.

E. MARCHÉS DES SERVICES INFORMATIQUES

1. MARCHÉS DE SERVICES

129. Les autorités de concurrence, tant française⁷⁷ qu'européenne⁷⁸, ont déjà eu l'occasion de se prononcer sur la délimitation des marchés pertinents du secteur des services informatiques, tout en laissant la question ouverte. La pratique décisionnelle⁷⁹ a ainsi considéré que sept catégories fonctionnelles de services pouvaient être distinguées au sein du marché des services informatiques : (i) les services de gestion globale, (ii) les services de gestion d'entreprise, (iii) le développement et l'intégration de logiciels, (iv) le conseil, (v) la maintenance de logiciels et de support logistique, (vi) la maintenance de matériels

⁷⁵ *Décision de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-100 précitée et lettre du ministre de l'économie n°C2006-02 précitée.*

⁷⁶ *Décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-15 précitée.*

⁷⁷ *Voir, par exemple, la décision n° 14-DCC-56 du 14 avril 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Groupe Eurware par la société Capgemini France ; décision de l'Autorité de la concurrence n°13-DCC-100 du 7 août 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Osiatis par la société Econocom Group ; la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-20 relative à la prise de contrôle exclusif du groupe APTUS par le groupe AUSY ; et la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-93 du 31 décembre 2009 relative à l'acquisition par la société Bull SA d'actifs de la société Crescendo Industries.*

⁷⁸ *Décisions de la Commission européenne n°M.2365 du 4 avril 2001, Schlumberger / Sema ; n°2609 du 31 janvier 2002, HP / Compaq ; n°3555 du 9 septembre 2004, Hewlett – Packard / Synstar ; n°3571 du 18 novembre 2004, IBM / Maerskdate / DMDData ; n°M.3995 du 1^{er} décembre 2005, Belgacom / Telindus ; n°M.5197 du 25 juillet 2008, HP / EDS et n°M.5301 Cap Gemini / BAS du 13 octobre 2008.*

⁷⁹ *Voir notamment la décision de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-20 précitée et la décision de la Commission européenne n°M.5197 précitée.*

informatiques et de support logistique, et (vii) l'enseignement et la formation. La Commission européenne⁸⁰ a également identifié un segment de l'externalisation des technologies de l'information qui comprend, d'après la partie notificante, les services de type *Public Cloud Computing*, les services IaaS (« *infrastructure as a service* ») et les services d'externalisation des infrastructures informatiques incluant les services de data center, l'externalisation de réseaux, l'externalisation pour les équipements d'utilisateur final ainsi que l'externalisation d'activités d'assistance informatique et enfin les services d'externalisation d'applications.

130. Différentes segmentations alternatives ou complémentaires ont aussi été envisagées⁸¹ selon :
- le type de clientèle : PME/PMI ou grands comptes ;
 - les types de systèmes d'information et de communication : (i) les systèmes d'applications de gestion, qui incluent les services informatiques utilisés pour remplir une fonction horizontale au sein des entreprises ou des administrations, (ii) les systèmes d'applications scientifiques techniques industrielles embarquées, (iii) les systèmes d'applications génériques, (iv) les systèmes d'infrastructures IT et (v) les systèmes d'infrastructures de communication et de réseaux d'entreprise ;
 - le secteur d'activité, à savoir : (i) les communications, (ii) l'enseignement, (iii) l'énergie et les réseaux locaux, (iv) les services financiers, (v) le secteur public, (vi) la santé, (vii) l'industrie, (viii) le commerce et la distribution, (ix) les services et (x) le transport.
131. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces segmentations à l'occasion de la présente opération.

2. MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

132. Les autorités de concurrence⁸² ont, à plusieurs reprises, retenu que les marchés des services informatiques étaient de dimension nationale, notamment en raison de la nécessité pour les prestataires de ces services de communiquer régulièrement dans la langue de leurs clients et de maintenir une relative proximité avec ces derniers.
133. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette pratique décisionnelle dans le cadre de la présente opération.

⁸⁰ Décision COMP/M.6921 du 9 juin 2013, IBM Italia/Ubis.

⁸¹ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-56 précitée.

⁸² Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-56 et n° 13-DCC-100 précitées et la décision de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-139 du 20 septembre 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Large Network Administration et de sa filiale LGD par la société SCC France ; ainsi que la décision n° M.5301 de la Commission européenne.

III. Analyse concurrentielle

134. L'analyse concurrentielle portera sur les effets de l'opération sur les marchés de la téléphonie fixe (**A**) et des autres services de télécommunications fixes en métropole en distinguant les marchés d'offres à destination du grand public (**B**) et à destination des entreprises (**D**). Les effets de l'opération seront également examinés sur le marché de la distribution d'accès à internet (**C**), de la téléphonie mobile (**E**) et de la télévision payante (**F**). Il conviendra enfin d'analyser les effets concurrentiels du maintien d'un lien structurel entre Vivendi et Altice à l'issue de l'opération (**G**) et les effets de l'opération sur les marchés de services informatiques (**H**).

A. EFFETS DE L'OPÉRATION SUR LES MARCHÉS DE LA TÉLÉPHONIE FIXE

135. Les effets de l'opération sont examinés successivement sur les marchés de gros (**1**) et les marchés de détail de la téléphonie fixe (**2**).

1. LES MARCHÉS DE GROS DE LA TÉLÉPHONIE FIXE

a) Marché du départ d'appel

136. L'instruction confirme qu'Orange détient sur ce marché une position largement dominante⁸³, et ses offres font l'objet à ce titre d'une régulation sectorielle organisée par l'Arcep. Celle-ci consiste notamment en la publication d'un catalogue d'interconnexion dont les tarifs sont orientés vers les coûts efficaces d'Orange.
137. L'opération notifiée n'est donc pas susceptible d'avoir un effet sur ce marché sur lequel les parties n'occupent qu'une position mineure.

b) Marché de la terminaison d'appel

138. Comme l'ensemble des opérateurs de boucle locale, SFR et Altice sont soumis à des obligations sectorielles imposées par l'Arcep relatives à la terminaison des appels chez leurs abonnés, dont l'objectif est notamment de garantir le caractère non excessif des tarifs de terminaison d'appels géographiques sur les réseaux alternatifs fixes.
139. La présente opération n'est donc pas susceptible d'affecter les conditions de la concurrence sur les marchés de la terminaison d'appels sur les réseaux respectifs de SFR et d'Altice.

⁸³ *Projet de décision portant sur la définition des marchés pertinents de l'accès au service téléphonique et du départ d'appel en position déterminée, la désignation d'opérateurs exerçant une influence significative sur ces marchés et les obligations imposées à ce titre, 4^{ème} cycle : 2014-2017, février 2014.*

c) Marché des services de transit de minutes commutées

(i) Position des parties

140. La partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendra une part de marché en volume de [30-40] % (SFR : [20-30] % ; Altice : [5-10] %) sur le marché national des services de transit. Elle estime en outre qu'Orange détient une part de marché de l'ordre de 30 à 40 % en volume.
141. Les chiffres fournis par l'Arcep confirment la position des parties. L'Arcep estime la part de marché d'Orange à [20-30] %, les autres opérateurs (notamment Colt et Verizon) représentant [30-40] % des volumes échangés sur ce marché.

(ii) Effets horizontaux

142. La partie notifiante considère que l'opération n'est pas susceptible de soulever de problèmes horizontaux dans la mesure où (i) ce marché est en déclin, (ii) les opérateurs peuvent facilement mettre en service des interconnexions directes avec les boucles locales de destination, (iii) Orange disposerait d'une position très forte et (iv) il existe des entrants potentiels (Free et Bouygues Télécom).
143. L'instruction a permis de confirmer que les principaux clients sont en mesure de mettre en place d'autres solutions techniques. A l'issue de ce processus, les clients n'auront plus besoin de recourir aux services de transit. Ainsi l'Arcep indique que « *le développement actuel des modalités d'interconnexion IP, en des points plus hauts dans le réseau et fortement réduits en nombre (une dizaine de points contre plusieurs centaines auparavant), est de nature à diminuer l'intérêt du recours au transit* »⁸⁴.
144. Le déclin du marché doit cependant être relativisé. Plusieurs répondants au test de marché ont indiqué que ce marché n'était pas destiné à s'éteindre rapidement, du fait d'une migration très lente des entreprises vers la téléphonie sur IP. Ainsi, à ce stade, il existerait une demande résiduelle qui n'est pas destinée à disparaître rapidement. Orange confirme également que ce marché est en stagnation plutôt qu'en régression.
145. Il n'en reste pas moins que la demande provenant des principaux opérateurs actifs sur le marché résidentiel connaît une diminution importante. La partie notifiante indique que les plus importants clients de SFR, dont [confidentiel], ont confirmé leur raccordement direct en IP fin 2014, ce qui devrait représenter une baisse de 50 % du trafic vendu par SFR. Il ressort également de l'instruction que Bouygues Télécom, [confidentiel], devrait également être en mesure de se passer de Completel rapidement.
146. En définitive, si l'opération conduit à une consolidation importante du marché et renforce la position de leader du nouvel ensemble, celui-ci restera confronté à Orange et une frange concurrentielle importante, spécialiste des offres destinées aux entreprises et susceptible d'exercer une pression concurrentielle significative.

(iii) Effets verticaux

147. SFR comme Altice (Completel) achètent et vendent des services de transit. L'opération conduit donc une intégration verticale de la nouvelle entité. Néanmoins, les éléments recueillis au cours de l'instruction conduisent à écarter tout risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

⁸⁴ Avis Arcep, p. 53 (VNC : p. 49).

148. Tout d'abord, l'opération ne privera pas les concurrents de la nouvelle entité, et à titre principal Orange, de débouchés significatifs. Certes la demande de SFR et de Completel auprès d'Orange représente une partie importante des ventes de l'opérateur historique sur ce marché ([40-50] % d'après Orange⁸⁵). En effet, l'opération conduira à une diminution mécanique de la demande de transit de la part de la nouvelle entité, en ce qui concerne les communications entre Altice et SFR (y compris les MVNO contrôlés par SFR), ce trafic pouvant être internalisé à l'issue de l'opération. De plus, la nouvelle entité pourra optimiser ses achats de services de transit en bénéficiant de la complémentarité des interconnexions directes avec les opérateurs tiers mises en place par SFR d'une part, et Altice d'autre part. Toutefois, Orange estime que la diminution de la demande de la nouvelle entité résultant de l'optimisation des interconnexions entre les deux entités ne pourrait représenter que moins de [5-10] % de ses ventes⁸⁶. La nouvelle entité continuera donc à acheter des volumes importants de transit auprès d'Orange. L'opération ne privera donc pas les concurrents, et en particulier Orange, de débouchés significatifs.
149. De la même manière, le risque que l'opération conduise à un verrouillage de l'accès au réseau de la nouvelle entité peut être écarté : les besoins de Completel ne représentent qu'environ [5-10] % des ventes de SFR sur ce marché, ce qui limite l'incitation à mener une stratégie de verrouillage. En outre, Orange constitue une alternative à la nouvelle entité, ce qui empêche la nouvelle entité de priver ses concurrents d'accès.
150. L'opération ne porte donc pas atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur ce marché.

2. LES MARCHÉS DE DÉTAIL DE LA TÉLÉPHONIE FIXE

151. Sur le segment résidentiel, Altice est présent via Numericable en métropole et via Outremer Télécom à La Réunion et à Mayotte. SFR est également présent en métropole, mais n'a pas d'activité de téléphonie fixe à La Réunion ou à Mayotte.
152. Sur le segment des offres spécifiques aux entreprises, Altice (Completel) et SFR sont présents en métropole. Altice est également présent à la Réunion.

a) Marché de l'accès au réseau téléphonique public

153. Sur le segment résidentiel au niveau national, la partie notifiante estime que la nouvelle entité détiendra une part de marché en volume d'environ [5-10] %, résultant d'une addition très faible (moins de [0-5] % pour Altice).
154. La partie notifiante souligne que les opérateurs sont essentiellement présents sur ce marché grâce à la revente d'abonnement VGA (« Vente en Gros d'Abonnement ») achetés à Orange. Par ailleurs, Orange dispose d'une position dominante, sa part de marché étant estimée à 89 %. Par ailleurs, l'instruction a confirmé que ce marché est en décroissance, les particuliers ayant de plus en plus recours à la téléphonie VLB (« Voix sur Large Bande ») proposée dans le cadre de leur abonnement d'accès à internet. Ainsi, l'Arcep indique que « *la VLB représentait déjà 68 % des abonnements téléphoniques résidentiels en 2012* »⁸⁷.

⁸⁵ Réponses d'Orange aux questions relatives au test de marché, questions 8 et 9.

⁸⁶ Réponses d'Orange aux questions relatives au test de marché, question 10.

⁸⁷ Avis de l'Arcep, p. 52 (VNC : p. 48).

155. Au total, l'opération aboutit à la disparition de Completel qui n'est qu'un acteur marginal sur ce marché. Conformément à l'avis de l'Arcep⁸⁸, il en résulte que l'opération n'est pas susceptible de modifier la dynamique concurrentielle sur ce marché.
156. En ce qui concerne la clientèle des entreprises, la nouvelle entité détiendra une part de marché estimée par la partie notifiante à [5-10] % en volume (+[0-5] %). L'Arcep estime néanmoins la position de SFR sur ce marché à [10-20] %, Completel disposant d'une part de marché d'environ [0-5] %. La part de marché d'Orange est estimée par la partie notifiante à 83 %. Les autres opérateurs (Bouygues Télécom, Paritel, Colt, Verizon, Hub Télécom, BT et SCT) ont une activité marginale en matière de téléphonie sur RTC. En tout état de cause, quelle que soit l'estimation des parts de marché considérée, l'analyse concurrentielle n'est pas modifiée.
157. Les répondants au test de marché ainsi que l'Arcep ont souligné que le rythme de migration des entreprises vers la téléphonie sur IP était plus lent que pour les clients résidentiels. Ainsi, la téléphonie sur RTC concerne encore 80 % des abonnements des entreprises. Cette clientèle est donc plus captive que la clientèle résidentielle s'agissant de la téléphonie fixe. La nouvelle entité restera toutefois confrontée à la concurrence d'Orange qui conserve une position fortement dominante sur ce marché.
158. Compte tenu de ces éléments, l'opération n'est pas susceptible de soulever de problème de concurrence.

b) Marché des communications sur le réseau téléphonique commuté

159. Sur le segment résidentiel comme sur le segment entreprises, la partie notifiante estime que la part de marché de la nouvelle entité restera inférieure à [5-10] %. La partie notifiante n'a pas été en mesure d'estimer ses parts de marché en distinguant les communications nationales, internationales ou vers les mobiles.
160. Néanmoins, l'analyse concurrentielle sur ce marché est similaire à celle concernant le marché de l'accès au réseau téléphonique public : quel que soit le segment de clientèle considéré, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence de l'opérateur historique, Orange, qui demeure largement dominant sur ce marché. La disparition de Completel, acteur marginal sur ce marché, n'est donc pas susceptible d'en modifier l'équilibre concurrentiel.
161. L'opération n'est donc pas susceptible de soulever des problèmes de concurrence sur ce marché.

B. EFFETS DE L'OPÉRATION SUR LES MARCHÉS DES TÉLÉCOMMUNICATIONS FIXES, HORS TÉLÉPHONIE ET HORS MARCHÉS SPÉCIFIQUES ENTREPRISES

162. Les activités des parties se chevauchent sur les marchés de la fourniture d'infrastructures passives et sur le marché des offres activées généralistes, ainsi que sur le marché de détail de l'accès à internet haut et très haut débit. Il convient donc d'examiner les effets horizontaux de l'opération sur ces différents marchés (1). En outre, les offres de gros passives et actives étant situées en amont du marché de la fourniture au détail d'accès à internet haut et très haut débit, l'opération renforce l'intégration verticale du nouvel ensemble. Il convient par conséquent d'examiner les effets verticaux qu'entraîne l'opération (2).

⁸⁸ *Id.*

1. EFFETS HORIZONTAUX

163. L'opération entraîne des chevauchements d'activité sur le marché de la collecte (fourniture d'infrastructures passives) **(a)**, sur le marché de gros des offres activées **(b)** et sur le marché de détail du haut et du très haut débit **(c)**.

a) Effets horizontaux sur le marché de la collecte (fourniture d'infrastructures passives)

164. Les parties à l'opération proposent toutes deux des offres de collecte sur le réseau de desserte locale. La partie notifiante n'a toutefois pas été en mesure d'estimer ses positions sur ce marché, en l'absence de données publiques. L'opération n'implique toutefois qu'un chevauchement d'activité limité, Numericable étant très faiblement présent sur ce segment de marché.

165. Par ailleurs, l'opération est d'autant moins susceptible de soulever des problèmes horizontaux de concurrence sur ce marché qu'Orange a l'obligation de mettre à disposition des opérateurs concurrents de la fibre optique noire dans le cadre de l'offre LFO⁸⁹.

166. Dans ces conditions, l'opération ne soulève pas de problème de concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de la collecte sur le segment de la desserte locale.

b) Effets horizontaux sur le marché de gros des offres activées généralistes

167. Au stade du gros, les parties proposent toutes deux des offres d'accès activées généralistes sur leurs réseaux :

- SFR propose des offres DSL activées à partir de son réseau dégroupé ;
- Numericable fournit, ou a fourni par le passé (i) un accès activé sur son réseau câblé, ainsi que des prestations techniques et administratives, en « marque blanche » pour Darty Telecom (racheté par Bouygues Telecom) et Auchan Telecom (qui a cessé son activité), (ii) une offre bitstream sur son réseau câblé à Bouygues Telecom depuis 2010 et (iii) une offre haut débit en marque blanche sur la base du dégroupage du réseau de cuivre.

168. La part de marché des différents opérateurs, à fin 2013, sur le marché de gros des offres activées généralistes, haut et très haut débit, sont les suivantes :

⁸⁹ LFO : Liaison Fibre Optique.

	Nombre d'abonnements (milliers)	Parts de marché
Numericable	[...]	[10-20] %
Completel	[...]	[5-10] %
SFR	[...]	[20-30] %
Nouvelle entité	[...]	[40-50] %
Orange	[...]	[50-60] %
Autres (essentiellement RIP proposant des offres activées FttH)	[...]	[0-5] %
Total	[...]	100 %

Source : notification, p. 252-253.

169. Ce marché est déjà très concentré préalablement à l'opération, puisque seuls 3 principaux opérateurs y sont actifs. L'opération se traduira donc par la réduction de 3 à 2 des principaux offreurs, en structurant le marché autour d'un duopole composé d'Altice et d'Orange.
170. Sont également présents sur ce marché des réseaux d'initiative publique (ci-après « RIP »), qui représentent [0-5] % de parts de marché. Les collectivités sont en effet autorisées à déployer leur propre réseau très haut débit dans les zones où l'initiative privée est insuffisante⁹⁰. Les RIP offrent ainsi des produits de gros généralistes pour permettre aux opérateurs de proposer des offres de détail sur le marché de la fourniture d'accès à internet sur ces zones. Certaines collectivités ont exprimé une inquiétude concernant les conséquences de l'opération sur l'économie des RIP⁹¹. Toutefois, dans la mesure où les RIP se développent par définition dans des zones où l'initiative privée concernant le déploiement des réseaux très haut débit est absente, ils n'entrent pas en concurrence avec les autres opérateurs présents en tant qu'offeurs sur les marchés de gros. En outre, l'empreinte des RIP ne recouvre l'empreinte du réseau câblé que de manière marginale : moins de [0-5] % des locaux en zone d'investissement public est éligible aux offres de Numericable⁹². Ainsi, l'opération n'est pas susceptible d'avoir d'effet sur les RIP en général.
171. L'opération est susceptible d'affecter deux catégories de clients :

⁹⁰ Cette zone a été identifiée à la suite de l'appel à manifestation d'intention d'investissement (AMII) en 2010. Le Plan France Très Haut Débit accompagne le déploiement de réseaux d'initiative publique portés par les collectivités territoriales sur ces zones. Le déploiement de ces réseaux concerne 43 % de la population et s'appuie sur un mix technologique (FttH, montée en débit, technologies hertziennes).

⁹¹ C'est le cas du département des Hauts-de-Seine, dans une lettre adressée au Président de l'Autorité de la concurrence en date du 29 septembre 2014. Le département a conclu avec Sequalum, filiale de Numericable, un contrat de délégation de service public pour l'établissement et l'exploitation d'un réseau FttH sur le département. Il apparaît néanmoins que les difficultés dont fait état cette collectivité sont antérieures à l'opération. En outre, l'opération n'est pas susceptible de renforcer ces difficultés dans la mesure où le département a décidé de résilier le contrat de délégation de service public qui le lie à Sequalum. Enfin, sur ce département, tous les opérateurs impliqués dans les déploiements de réseaux très haut débit sont déjà présents, à divers degrés : Numericable et Orange sur la quasi-totalité du département mais aussi SFR, Bouygues Telecom et Free dans une moindre mesure.

⁹² Compte rendu de réunion avec les représentants du Plan France Très Haut Débit.

- les MVNO, principalement AKEO, OVH et Pritel, qui sont uniquement clients de SFR ;
 - Bouygues Telecom qui est client de SFR et de l'ensemble Completel/Numericable.
172. S'agissant des MVNO, l'opération ne renforce pas leur dépendance à court terme puisqu'ils étaient uniquement clients de SFR. Elle aboutit toutefois pour ces opérateurs à la disparition de Completel et Numericable en tant que concurrents potentiels.
173. Bouygues Telecom, pour sa part, disposait avant l'opération de contrats portant sur des offres activées avec Altice comme avec SFR. L'opération renforcera donc sa dépendance vis-à-vis de la nouvelle entité sur ce marché, l'ensemble des offres bitstream des parties lui permettant d'adresser près de [40-50] % de sa base d'abonnés⁹³.
174. Néanmoins, l'opération ne conduit à la disparition d'un concurrent que sur la zone de chevauchement entre le réseau dégroupé de SFR d'une part, et le réseau dégroupé de Completel et/ou le réseau câblé de Numericable, d'autre part.
175. Ainsi, le réseau dégroupé de SFR est le plus étendu et couvre 24,7 millions de logements⁹⁴. Le réseau dégroupé de Completel est entièrement inclus dans l'empreinte du réseau SFR et ne couvre que [...] % des logements couverts par SFR. L'empreinte du réseau câblé de Numericable est encore plus limitée : la partie notifiante estime que [...] de prises dégroupées par SFR sont également sur l'empreinte du réseau câblé⁹⁵, soit un recouvrement de [...] %.
176. En outre, si Completel propose des offres de gros activées généralistes haut débit comparables à celles proposées par SFR, cet opérateur n'a qu'une activité limitée puisqu'il ne représente que [5-10] % des ventes sur le marché des produits de gros généralistes, ventes réalisées auprès d'un seul client, Bouygues Telecom. Pour sa part, Numericable propose des offres de gros généralistes très haut débit qui sont donc des substituts moins proches aux offres de gros de SFR.
177. Par ailleurs, même si, comme l'indique l'Arcep⁹⁶, ce marché est caractérisé par d'importantes barrières à l'entrée, Orange constitue une alternative importante à la nouvelle entité. En effet, même si l'opérateur historique ne commercialise pas, à ce stade, d'offres bitstream permettant de diffuser des contenus télévisuels et donc de construire des offres 3P, contrairement à SFR et Altice, il a confirmé être en mesure de proposer de telles offres de gros rapidement et sur le périmètre des logements techniquement éligibles aux offres 3P sur l'empreinte de son réseau cuivre.
178. Enfin, s'agissant de Bouygues Telecom, la partie notifiante a précisé dans sa réponse au rapport⁹⁷ que seuls [confidentiel] NRA n'avaient pas été dégroupés par Bouygues Telecom dans la zone de recoupement entre SFR et Completel (correspondant à [...] NRA). Par

⁹³ Les offres de bitstream haut débit lui permettent de fournir des services de détail à environ [40-50] % de sa base d'abonnés haut débit. Les offres de bitstream très haut lui permettent par ailleurs d'adresser la quasi-totalité de sa base d'abonnés très haut débit.

⁹⁴ Avis de l'Arcep, tableau 5, p.19.

⁹⁵ Réponse du 16 juin au questionnaire de l'Autorité de la concurrence du 11 juin 2014, question 1.

⁹⁶ « L'existence du dégroupage ne conduit pas nécessairement à un degré de concurrence satisfaisant sur le marché du bitstream. En effet, un opérateur alternatif achetant du dégroupage à Orange ne doit pas être considéré comme un offreur potentiellement en mesure d'être présent dans un délai court sur le marché du bitstream. La fourniture d'une offre de gros de bitstream suppose en effet le développement interne de nombreux processus : adaptation du système d'informations, développement de processus de commande, mise en place d'une filière de gros, etc. ». Décision n°2014-0734 (marché 5), p.79.

⁹⁷ Observations de Numericable Group en date du 2 octobre en réponse au rapport notifié le 11 septembre 2014.

ailleurs, il apparaît que Bouygues Telecom poursuit son programme de dégroupage ([...] NRA depuis le début de l'année 2014) et a annoncé un objectif de 1 500 NRA dégroupé d'ici fin 2015⁹⁸. Ainsi, il apparaît que cet opérateur est en mesure de déployer sa propre infrastructure haut débit pour réduire sa dépendance au nouvel ensemble.

179. L'opération n'est donc pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur ce marché.

c) Effets horizontaux sur le marché de détail de la fourniture d'accès à internet en métropole

180. Sur ce marché, les parties à l'opération sont présentes tant sur le segment de la clientèle résidentielle que sur celui de la clientèle professionnelle.

(i) Parts de marché du nouvel ensemble

Sur le segment de la clientèle résidentielle

181. Les parts de marché des principaux opérateurs sur le marché de détail du haut et très haut débit résidentiel pour l'année 2013 sont les suivantes :

	Haut et très haut débit		Très haut débit	
	Nombre d'abonnements (milliers)	PDM	Nombre d'abonnements (milliers)	PDM
Numericable	1 041	4,2 %	[...]	[50-60] %
SFR	5 257	21,1 %	[...]	[5-10] %
Nouvelle entité	6 298	25,3 %	[...]	[50-60] %
Orange	10 108	40,6 %	[...]	[10-20] %
BYT	2 103	8,1 %	[...]	[10-20] %
Free	5 640	22,6 %	[...]	[0-5] %
Autres ⁹⁹	846	3,4 %	[...]	[5-10] %
Total	24 905	100 %	[...]	100 %

Source : notification, p. 310 et 333

182. L'opération multipliera donc par [...] la base d'abonnés de Numericable et renforcera la position de leader du nouvel ensemble en matière de très haut débit. Sur ce segment, le plus

⁹⁸ Annonce d'Olivier Roussat, PDG de Bouygues Telecom (<http://www.01net.com/editorial/623168/le-pari-ose-debouygues-telecom-sur-les-reseaux-fixes/>, http://www.degroupnews.com/actualite/n9617-bouygues_telecomdegroupage-haut_debit-adsl-vdsl2.html)

⁹⁹ Offres de détail en VDSL2, que la partie notificante n'a pas été en mesure d'attribuer aux différents opérateurs.

proche concurrent de Numericable sera Bouygues Telecom, avec une part de marché représentant moins du tiers de celle de la nouvelle entité. Bouygues Telecom est, au demeurant, dépendant des prestations de gros que lui rend Numericable.

Sur le segment de la clientèle professionnelle

183. Sur le segment des professionnels, la partie notificante n'a été en mesure de fournir une estimation précise ni de ses parts de marché ni de celles des concurrents, en l'absence de données publiques. Par ailleurs, la délimitation précise de ce segment de clientèle présente une difficulté dans la mesure où chaque opérateur a une définition qui lui est propre des clients composant ce segment. Enfin, il peut y avoir des recoupements avec la clientèle dite « entreprises », un même client pouvant avoir des besoins de type professionnel pour certains de ses sites et des besoins spécifiques « entreprises » pour d'autres sites.
184. Néanmoins, l'instruction a permis de déterminer que la nouvelle entité aura une part de marché limitée sur le marché haut et très haut débit sur le segment de la clientèle professionnelle, qui reste largement dominé par Orange.
185. En revanche, sur le segment du très haut débit, Orange n'est pas en position de leader et dispose d'une part de marché inférieure à celle de Numericable qui sera encore renforcée à l'issue de l'opération. Bouygues Telecom disposerait d'une part de marché équivalente à celle de la nouvelle entité mais dépend totalement de Numericable pour la fourniture des accès très haut débit à la clientèle professionnelle et n'a de ce fait qu'une capacité limitée de différenciation (achat d'offres de gros activées généralistes dans cadre du contrat bitstream conclu entre Bouygues Telecom et Numericable).
186. En tout état de cause, les offres faites aux professionnels sont techniquement similaires aux offres proposées à la clientèle résidentielle. Par ailleurs, dans le cadre de cette opération, il n'est pas apparu de problématiques concurrentielles spécifiques à cette clientèle. Ainsi, il peut être considéré que l'analyse concurrentielle menée sur le segment résidentiel s'applique pour le segment professionnel.

(ii) Autres facteurs contribuant au pouvoir de marché de la nouvelle entité

Pertinence de la prise en compte des parts de marché pour apprécier le pouvoir de marché de la nouvelle entité

187. La partie notificante reconnaît que [confidentiel]¹⁰⁰. Elle conteste toutefois que cette avance soit de nature à lui conférer un pouvoir de marché, dans la mesure où (i) le segment du très haut débit est structurellement en croissance et serait donc instable, les parts de marché constituant par conséquent un indicateur peu révélateur, (ii) les parts de marché de Numericable ont diminué de [10-20] points entre 2012 et 2013 et (iii) les barrières à l'entrée ne seraient pas élevées.
188. Contrairement aux observations de la partie notificante, les parts de marché peuvent constituer des indicateurs pertinents de pouvoir de marché, même sur des marchés structurellement croissants, dès lors que ceux-ci sont caractérisés par d'importantes barrières à l'entrée. Ainsi, dans la décision *SFR/Neuf Cegetel*, le ministre de l'économie a pu considérer que le marché résidentiel de l'accès haut débit aux offres multiservices était « *un marché structurellement en croissance, et par conséquent instable, [dans lequel] la disparition d'un opérateur a un effet relativement limité, d'autant qu'il n'y a pas de barrières dirimantes à l'entrée d'un*

¹⁰⁰ Notification, §599 et 601.

concurrent potentiel »¹⁰¹. De la même manière, dans sa décision *Koninklijke Philips/Indal Group*, la Commission européenne a pu écarter ses préoccupations de concurrence sur le marché des équipements d'éclairage LED professionnels, dans la mesure où le marché, en forte croissance, était caractérisé par de nombreuses entrées, la nouvelle entité faisant face à des concurrents importants, généralistes de l'éclairage, comme de plus petits opérateurs spécialisés¹⁰². Ces conditions ne sont pas réunies en l'espèce, le segment du très haut débit étant caractérisé par de fortes barrières à l'entrée du fait des nécessaires déploiements de réseaux.

189. La partie notifiante conteste toutefois l'existence de telles barrières à l'entrée et fait notamment valoir que la technologie VDSL2 permettrait de proposer des accès très haut débit sur le réseau de cuivre sans nécessiter de déploiements de nouveaux réseaux. Pour améliorer le débit du réseau de cuivre, il suffit en effet de rajouter des cartes VDSL2 dans les équipements (DSLAM) déjà installés dans les NRA. Cependant, le VDSL2 ne permet pas d'atteindre des performances en termes de débit comparables aux technologies FttH ou câble modernisé : ainsi, alors que les FttH ou le câble modernisé permettent d'accéder à des débits minimum de 100 Mbit/s, l'Arcep a eu l'occasion de constater que le débit maximal réel obtenu en VDSL2 se situait autour de 50 Mbit/s¹⁰³. En outre, alors même que l'Arcep a autorisé l'extension du VDSL2 à l'ensemble des NRA le 10 juillet 2014, les lignes qui pourront réellement bénéficier d'une connexion supérieure à 30 Mbit/s ne représentent au total que 14,5 % des lignes fixes, parmi lesquelles seulement 3,1 % des lignes en zone très dense et 4,9 % en zone moins dense¹⁰⁴, où sont situés l'essentiel des logements éligibles aux offres sur le réseau câblé.
190. Par conséquent, la technologie VDSL2 ne constitue pas une technologie très haut débit de même nature que celle proposée par la nouvelle entité et ne pourra exercer une pression concurrentielle que très limitée compte tenu du faible nombre de logements éligibles et des débits réellement proposés.
191. De surcroît, compte tenu de l'importance des investissements requis, le très haut débit reste essentiellement le fait des principaux FAI qui assument la charge du déploiement dans le cadre légal fixé par la loi et le Plan Très Haut Débit, les collectivités intervenant là où l'initiative privée est insuffisante. En outre, on ne constate aucun nouvel entrant sur le segment du très haut débit sur le marché de détail.
192. Par ailleurs, s'il est vrai que Numericable a perdu des parts de marché sur le segment du très haut débit, l'entreprise concentre toujours la grande majorité du parc de clients très haut débit. Numericable sera en outre renforcé (+[5-10] %) sur ce segment du fait de l'opération, dans des proportions lui permettant de compenser l'essentiel de la baisse de son parc.
193. Enfin, la partie notifiante fait valoir qu'elle sera confrontée à l'émergence d'Orange et Free sur le segment du très haut débit. Ces opérateurs ne seront toutefois en mesure d'exercer une

¹⁰¹ Lettre du ministre de l'économie n° C2007-181 du 15 avril 2008, SFR/Neuf Cegetel, p. 30.

¹⁰² Décision de la Commission européenne n° COMP/M.6357 du 23 novembre 2011, *Koninklijke Philips/Indal Group*, §87.

¹⁰³ Communiqué de presse de l'Arcep du 23 avril 2013 : http://www.arcep.fr/index.php?id=8571&tx_gsactualite_pi1%5Buid%5D=1604&tx_gsactualite_pi1%5Bannee%5D=2013&tx_gsactualite_pi1%5Btheme%5D=0&tx_gsactualite_pi1%5Bmotscle%5D=&tx_gsactualite_pi1%5BbackID%5D=2122&Hash=2c072cb5b244d275c80ad7d22b4bc123

¹⁰⁴ Il s'agit de la zone moins dense définie dans le cadre de l'appel à manifestation d'intention d'investissement (« AMII ») lancé en 2010 pour coordonner l'investissement public et privé dans le déploiement des réseaux FttH. L'AMII a permis d'identifier les territoires qui pourraient être couverts par l'initiative privée en zone moins dense, qui correspond à 11,4 millions de logements.

pression concurrentielle sur le nouvel ensemble, dont le réseau très haut débit est largement déployé et amorti, qu'à mesure du déploiement de leurs propres infrastructures FttH.

L'avantage concurrentiel du nouvel ensemble dans l'accès au client

194. Il ressort des éléments au dossier que même si le déploiement des réseaux FttH peut permettre aux principaux FAI de couvrir, à terme, une empreinte géographique comparable à celle du nouvel ensemble, l'accès aux clients pour ces opérateurs se heurtera à plusieurs barrières :

- le déploiement de la fibre dans les immeubles nécessite l'obtention d'accords des copropriétés ;
- l'accès au client final impose de réaliser des travaux dans son logement, ce qui constitue un frein au développement de la fibre. Les opérateurs engagés dans le déploiement confirment unanimement que la souscription d'abonnements fibre se heurte à des réticences significatives dès lors que l'activation nécessite des travaux. Orange estime ainsi que 54 % des prospects intéressés par une offre très haut débit renoncent à souscrire un contrat fibre du fait des travaux de raccordement. Une étude récente versée au dossier relève également que 34 % des clients se rétractent après avoir souscrit une offre fibre en raison des travaux à réaliser au domicile¹⁰⁵.

195. La fourniture d'accès à internet très haut débit sur le réseau câblé de Numericable ne se heurte pas à ces difficultés, les logements éligibles ne nécessitant aucune intervention à domicile. Numericable dispose donc d'un avantage concurrentiel dans l'accès au client, qu'il a lui-même reconnu être « décisif »¹⁰⁶. Ainsi, Numericable a récemment souligné à la commission des affaires économiques du Sénat l'avantage du câble vis-à-vis du FttH pour l'accès aux clients, en particulier sur la partie modernisée du réseau (composé d'une fibre optique reliée au câble coaxial sur la partie terminale) :

« Techniquement, dans un réseau hybride fibre-coaxial, la fibre optique arrive jusqu'en bas de l'immeuble ou à l'entrée du lotissement, puis on la connecte au câble coaxial déjà installé dans les logements ; alors que dans le « tout fibre » de la technologie FttH, on installe la fibre dans le logement même, ce qui impose souvent d'y effectuer des travaux, donc plus de contraintes et un coût plus élevé. (...)

Aujourd'hui, Numericable couvre dix millions de foyers, dont 5,4 millions en fibre optique. Notre technologie rencontre la demande du marché pour le très haut débit, ce qui fait de nous le leader du très haut débit en France avec plus d'un million de clients. (...)

Effectivement, l'installation est si simple via le câble de télévision que dans la moitié des cas nous envoyons la box au client, qui la branche directement, sans intervention sur place de notre part »¹⁰⁷.

196. Numericable dispose donc d'un avantage concurrentiel déterminant dans l'accès aux clients en termes de délais, coûts et conditions techniques d'intervention.

¹⁰⁵ Etude BVA, Rétractés fibre 2012, réponse d'Orange au test de marché, question n° 30.

¹⁰⁶ Audition de MM. Éric Denoyer, président-directeur général de Numericable Group, et Jérôme Yomtov, directeur général délégué de Numericable, par la commission des affaires économiques du Sénat, 14 mai 2014 (disponible à l'adresse suivante : <http://www.senat.fr/compte-rendu-commissions/20140512/devdur.html#tocZ> (visité le 10 août 2014)).

¹⁰⁷ Id.

L'opération éliminera la concurrence de SFR sur le segment du très haut débit

197. SFR dispose du deuxième réseau FttH le plus étendu, derrière Orange, avec environ [...] de logements éligibles au 31 mars 2014¹⁰⁸. Orange, qui dispose du réseau FttH le plus étendu, est en mesure de raccorder environ [...] millions de logements¹⁰⁹. L'Arcep estime que l'essentiel du réseau FttH de SFR se trouve en zone câblée¹¹⁰. SFR dispose en outre du deuxième parc d'abonnements FttH ([...] fin 2013), derrière Orange ([...] fin 2013). Ce parc a connu un taux de croissance très important, de +[70-80] % en un an.
198. SFR joue donc un rôle significatif dans l'animation concurrentielle sur le segment du très haut débit et dans le développement du FttH, principale technologie concurrente du câble. La superposition des réseaux de SFR et Numericable signifie en outre que SFR était le deuxième concurrent le plus proche de Numericable avant l'opération. La prise de contrôle de SFR éliminera donc une source significative de concurrence potentielle sur le marché.
199. En toute hypothèse, le risque concurrentiel qu'entraîne l'opération consiste moins dans une exploitation d'un pouvoir de marché sur le segment du très haut débit que dans un risque de préemption de la clientèle adressable sur ce segment pendant la période de déploiement des réseaux en fibre optique. Le risque que les concurrents du nouvel ensemble ne puissent animer la concurrence du fait de l'opération, faute d'une offre très haut débit comparable à celle de la nouvelle entité, ressort donc de l'examen des effets verticaux de l'opération.

d) Effets horizontaux sur les marchés de détail de la fourniture d'accès à internet à La Réunion et à Mayotte

200. Les parties à l'opération sont simultanément présentes sur les marchés de la fourniture d'accès à internet pour la clientèle résidentielle, à La Réunion et à Mayotte. Plus précisément, SFR est présent via sa filiale SRR tandis qu'Altice s'y développe par l'intermédiaire d'Outremer Telecom (à La Réunion et à Mayotte) et de Mobius (uniquement à La Réunion). Les effets horizontaux de l'opération seront examinés dans un premier temps sur le marché réunionnais puis sur le marché mahorais.

(i) La Réunion

201. Les parts de marché des principaux opérateurs sur le marché de détail de la fourniture d'accès à internet pour l'année 2013 sont les suivantes :

¹⁰⁸ Avis Arcep, p. 19.

¹⁰⁹ *Id.*

¹¹⁰ *Id.* (« [...] des [...] millions de logements éligibles à une offre FttH de SFR au 31 mars 2014 se trouvent en zone câblée Numericable »).

	Nombre d'abonnements	Part de marché	IHH avant l'opération	IHH après l'opération
SRR	[...]	[20-30] %	[...]	
Outremer Telecom	[...]	[10-20] %	[...]	
Mobius	[...]	[5-10] %		
Nouvelle entité	[...]	[30-40] %	N/A	[...]
Orange	[...]	[40-50] %	[...]	[...]
Mediaserv	[...]	[10-20] %	[...]	[...]
Zeop	[...]	[5-10] %	[...]	[...]
Total	205 727	100 %	[...]	[...]

Source : Réponses au test de marché pour les concurrents (question 176), réponse du 16 juin au questionnaire du 11 juin 2014 pour les parties (question 48)

202. L'opération aboutit à un renforcement important de la nouvelle entité, qui doublera quasiment sa base d'abonnés. Elle entraînera la réduction du nombre d'opérateurs sur le marché de 5 à 4, en aboutissant à la création d'un quasi-duopole Orange-SRR, ces deux groupes disposant à l'issue de l'opération de positions similaires sur ce marché et représentant [70-80] % des abonnements. L'opération accroîtra donc sensiblement la concentration du marché, avec un IHH à l'issue de la concentration très supérieur à [...] et un delta de plus de [...].
203. Par ailleurs, plusieurs acteurs considèrent qu'Outremer Telecom et Mobius jouent un rôle particulier dans l'animation de la concurrence, en proposant des offres plus agressives en prix que SRR et Orange. Ainsi, Orange indique que « le groupe Altice s'est positionné sur une politique de prix très agressifs ce qui laisse supposer qu'il a la capacité de s'appuyer sur une structure de coûts très allégée »¹¹¹. Pour sa part, Zeop souligne en particulier l'efficacité de Mobius qui « entré plus tardivement, a joué le rôle d'animateur du marché avec ses offres 3P, dégroupées et mieux disantes en termes de tarif et de qualité de service »¹¹². Enfin, Mediaserv estime que « le repositionnement va probablement s'effectuer vers le haut de marché, d'autant que les offres low cost de SFR (RED) n'ont pas bien fonctionné »¹¹³.
204. Ces appréciations sont confirmées par l'Arcep, qui souligne que « les améliorations des offres ces dernières années en termes de services (abondance des données ou de la voix, augmentation des débits proposés, etc.) ou en matière de baisse de tarif dans le département de La Réunion ont été à l'initiative des nombreux « petits » opérateurs du marché du haut et très haut débit fixe, à savoir Mobius, Outremer Telecom, Mediaserv et Zeop. Ce sont ces derniers opérateurs qui animent le marché sur le plan concurrentiel. À l'inverse, les offres d'appel dual play d'Orange et de SFR restent en retrait en termes de contenu et de performances par rapport à celles proposées par les autres opérateurs à des tarifs équivalents »¹¹⁴.

¹¹¹ Réponse d'Orange au test de marché, question 186.

¹¹² Réponse de Zeop au test de marché, question 188.

¹¹³ Réponse de Mediaserv au test de marché, question 191.

¹¹⁴ Avis Arcep, p. 67 (VNC : p. 61).

205. Toutefois, il ressort des éléments au dossier que les parts de marché de Mobius et Outremer Telecom sont en déclin depuis le début de l'année 2014. En outre, l'instruction montre que SRR et Mobius/Outremer Telecom ne sont pas les plus proches concurrents sur le marché. Ainsi, il apparaît que les clients ayant quitté SFR entre janvier et mai 2014 se tournent principalement vers Orange, vers Zeop ou vers Mediaserv. En outre, depuis le début de l'année 2014, [confidentiel], les abonnés SRR choisissant de se tourner de manière plus marquée vers Orange ou Mediaserv/CanalBox. S'agissant des abonnés quittant le groupe Altice, une étude portant sur les résiliations en mai 2014 et en août 2014 confirme que l'opérateur qui exerce la pression concurrentielle la plus significative sur le groupe dans une période récente est Mediaserv, avec ses offres CanalBox (plus de [...] % de report de clientèle des clients d'Altice vers Mediaserv et jusqu'à [...] % en août 2014 de report vers Mediaserv pour les clients d'Outremer Telecom), moins de [...] % des clients d'Altice se tournant vers SRR.
206. Ces données portent sur une durée brève et très récente, et doivent donc être interprétées avec beaucoup de prudence. Les tendances qu'elles illustrent sont néanmoins confirmées par les témoignages recueillis auprès des opérateurs locaux, qui confirment que, même si la majorité des abonnés restent à ce stade répartis entre Orange et la nouvelle entité, Mediaserv connaît un développement important, en particulier depuis son acquisition par GCP et le lancement, en mai 2014, de l'offre CanalBox. Mediaserv, qui ne représente encore qu'environ [10-20] % de part de marché, exerce néanmoins une pression concurrentielle sensible sur les parties et est susceptible d'accroître rapidement sa position.
207. Ainsi, compte tenu de la faible proximité concurrentielle existant entre SRR et le groupe Altice préalablement à l'opération et de la pression concurrentielle exercée par Mediaserv, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur ce marché.

(ii) Mayotte

208. A Mayotte, Altice est présent par le biais d'Outremer Telecom. SFR est rentré sur ce marché en 2012 par le biais de sa filiale Société Mahoraise du Radiotéléphone (« SMR »). La partie notificante estime la part de marché de la nouvelle entité à environ [10-20] %, résultant d'une addition limitée (moins de [0-5] % pour SMR). Orange Mayotte dispose d'une part de marché d'environ [90-100] %.
209. Compte tenu des parts de marché limitées de la nouvelle entité, l'opération n'est pas susceptible de soulever de problèmes concurrentiels à Mayotte par le biais d'effets horizontaux.

2. EFFETS VERTICAUX

210. Pour construire une offre de détail, un opérateur a le choix entre d'une part, construire sa propre infrastructure et acheter une offre de gros d'accès passif sur la boucle locale qui constitue un monopole naturel et d'autre part, acheter une offre de gros d'accès activée à l'infrastructure d'un autre opérateur.
211. Au stade du gros, la pratique décisionnelle distingue ainsi les offres de gros passives, qui permettent aux opérateurs d'accéder à différents niveaux du réseau (collecte ou boucle locale cuivre ou fibre optique) en s'inscrivant dans une logique de concurrence par les infrastructures, et les offres de gros activées sur les infrastructures d'opérateurs tiers, qui relèvent d'une concurrence par les services.

212. En l'espèce, Numericable et SFR ont des activités à chaque niveau de la chaîne de valeur des communications électroniques. Or, une concentration verticale peut restreindre la concurrence en rendant plus difficile l'accès aux marchés sur lesquels la nouvelle entité sera active, voire en évinçant potentiellement les concurrents ou en les pénalisant par une augmentation de leurs coûts. On parle alors de « *verrouillage* » ou de « *forclusion* » des marchés. Une telle situation accroît le pouvoir de marché de la nouvelle entité et lui permet d'augmenter ses prix ou de réduire les quantités offertes.
213. Deux types de verrouillages sont distingués. Dans le premier cas, l'entreprise intégrée refuse de vendre un intrant à ses concurrents en aval, ou fournit cet intrant à un prix élevé, dans des conditions défavorables ou à un niveau de qualité dégradé (on parle de « *verrouillage des intrants* »). Cette forclusion peut être totale, lorsque les concurrents ne sont plus du tout approvisionnés, ou partielle, lorsque le durcissement des conditions tarifaires entraîne une augmentation des coûts des concurrents. Dans le second cas, la branche aval de l'entreprise intégrée refuse d'acheter ou de distribuer les produits des fabricants actifs en amont et réduit ainsi leurs débouchés commerciaux (« *verrouillage de l'accès à la clientèle* »).
214. Sur les marchés concernés, pour construire une offre de détail très haut débit, les opérateurs doivent disposer d'un réseau très haut débit, soit en le déployant eux-mêmes ou en utilisant par le biais d'une offre d'accès passif un réseau déployé par un tiers, soit en proposant une offre de détail construite à partir d'une offre activée très haut débit.
215. Au cas présent, l'opération renforce l'intégration verticale du nouvel ensemble, au niveau amont comme au niveau aval. A l'aval, l'opération renforce considérablement la position du nouvel ensemble sur le marché de détail de l'accès à internet haut et très haut débit. A l'amont, l'opération renforce la position du nouvel ensemble tant en matière de fourniture d'accès aux infrastructures passives qu'en matière d'offres de gros activées très haut débit. Il convient donc d'examiner les effets de l'opération concernant ces deux relations verticales.

a) Effets verticaux entre le marché de la collecte et le marché de la fourniture d'accès à internet haut et très haut débit

(i) Sur le réseau de longue distance

216. L'activité de tous les opérateurs de télécommunication repose sur la construction d'un réseau dorsal, ou « *backbone* », qui constitue les artères principales de transport des flux d'information. Les opérateurs peuvent déployer leurs propres fibres optiques pour construire ce réseau ou louer un accès passif sur les réseaux déployés par d'autres opérateurs. Cette « *brique* » de réseau est indispensable pour être en mesure de construire des offres de détail. En l'espèce, seul SFR est présent en tant qu'offreur sur ce marché. Altice, via Numericable, n'a pas développé en propre de réseau longue distance et dispose de contrats de location longue durée de type IRU auprès de différents opérateurs qui représentent [...] kilomètres de réseau. De ce fait, Altice ne propose pas de fibre optique noire sur le réseau longue distance. L'opération permettra donc à Numericable de prendre le contrôle d'un réseau de collecte, ce qui renforcera l'intégration verticale de la nouvelle entité.
217. Or, plusieurs opérateurs interrogés dans le cadre de l'instruction redoutent une dégradation de leurs conditions d'accès aux offres de fibre optique noire de SFR à l'issue de l'opération. Ils craignent en particulier que lors de la renégociation des contrats d'IRU, les conditions tarifaires négociées avec SFR ne se dégradent. Par exemple, selon Free, « *le nouvel ensemble pourrait naturellement avoir un intérêt à rendre l'accès aux réseaux de desserte locale et*

longue distance plus complexe et plus onéreux pour les opérateurs concurrents sur le marché de détail et ce, en vue de favoriser la qualité et la disponibilité de ses offres de détail »¹¹⁵.

218. Les éléments au dossier étayent le risque que l'opération porte atteinte à la concurrence sur ces marchés par le biais d'effets verticaux.
219. En premier lieu, la nouvelle entité dispose de la capacité à dégrader les conditions d'accès des opérateurs concurrents à de la fibre optique noire. En effet, SFR est un acteur important sur ce segment qui dispose d'un réseau estimé par la partie notifiante à [...] kilomètres. Il existe plusieurs acteurs alternatifs sur ce marché, en particulier les sociétés autoroutières, RFF ou encore Arteria¹¹⁶. Néanmoins, des opérateurs majeurs du secteur comme Free, Bouygues Télécom ou encore Colt ont largement construit leur réseau dorsal sur la base de contrats IRU passés avec SFR, et se trouvent dans une situation de dépendance importante vis-à-vis de SFR pour leur réseau dorsal.
220. Par ailleurs, les opérateurs clients de SFR ne pourraient pas se retourner rapidement vers d'autres fournisseurs. L'Arcep souligne ainsi « *l'absence de solutions alternatives disponibles de manière systématique sur le territoire* » mais également « *le coût et les délais correspondant au déploiement d'un segment de collecte alternatif* »¹¹⁷. Globalement, les opérateurs ont souligné que la modification du tracé de leur réseau dorsal n'était pas envisageable. Ainsi, Bouygues Telecom a indiqué que « *l'existence d'un offreur alternatif disposant d'une infrastructure équivalente n'est pas garantie, et si une infrastructure existe, les coûts de migration pourraient être très élevés compte tenu des adductions de sites de l'infrastructure alternative et les sites actuels qui devraient être faites (ingénierie, solution de génie civil complémentaire, etc.)* »¹¹⁸. Ce constat est partagé par les autres opérateurs, comme Colt qui a déclaré que « *sur le réseau longue distance, la difficulté vient du fait que la migration vers le réseau d'un autre opérateur n'est pas envisageable* »¹¹⁹.
221. Enfin, l'accès au réseau de collecte de SFR n'est pas régulé. Aucune disposition légale de contraindra donc le nouvel ensemble à maintenir l'accès de ses concurrents à son réseau à l'issue de l'opération.
222. Il apparaît donc qu'au moment du renouvellement des contrats d'IRU, la nouvelle entité aura la capacité à dégrader les conditions d'accès des opérateurs concurrents en aval à la fibre optique noire qui constitue leur cœur de réseau. S'agissant de Bouygues Telecom, certains IRU arrivent ainsi à échéance dès [confidentiel] pour l'ensemble de son réseau ADSL dégroupé¹²⁰.
223. En second lieu, la fibre optique noire de SFR constitue une partie importante des réseaux dorsaux des principaux opérateurs concurrents. La remise en cause des conditions d'accès à la fibre optique noire des concurrents de la nouvelle entité aurait donc des conséquences immédiates sur leur capacité à construire des offres de détail, en l'absence d'alternatives crédibles dans des conditions de délais et de coûts raisonnables.

¹¹⁵ Free, Questionnaire complément, réponse à la question 261.

¹¹⁶ Réponse de Bouygues Telecom et Free au test de marché, question 252 et réponse de la partie notifiante en date du 16 juin au questionnaire du 11 juin 2014, question 11.

¹¹⁷ Avis de l'Arcep, p.25.

¹¹⁸ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 261.

¹¹⁹ Voir également PV Colt, question 10.

¹²⁰ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 255.

224. Ainsi, le ministre de l'économie avait déjà identifié un risque d'atteinte à la concurrence concernant l'accès à la fibre optique noire en 2005¹²¹, à l'occasion de la fusion entre Neuf Telecom et Cegetel, l'opération aboutissant à la disparition de toute concurrence sur ce marché. La nouvelle entité s'était alors engagée à continuer à offrir aux opérateurs concurrents la mise à disposition de fibre optique noire sous forme d'IRU. En 2007, lors de la prise de contrôle exclusif de Neuf Cegetel par SFR¹²², le ministre avait à nouveau identifié un problème de concurrence résultant d'effets congloméraux dans le cadre du rapprochement d'un opérateur mobile (SFR) et d'un opérateur de télécommunications fixes (Neuf Cegetel), le nouvel ensemble étant en mesure de proposer des offres quadruple play que les opérateurs mono-produits n'étaient pas en mesure de répliquer sans avoir accès, notamment, à la fibre optique noire de Neuf Cegetel. SFR s'était alors engagé à continuer à mettre la fibre optique noire à disposition de tous les opérateurs de télécommunications tiers afin de leur permettre de proposer une offre d'accès internet haut débit.
225. Par ailleurs, les éléments au dossier permettent d'estimer que le chiffre d'affaires réalisé par SFR grâce à la mise à disposition de fibre optique noire n'atteint tout au plus que [...] d'euros en 2013 d'après la partie notifiante, dont moins de [...] d'euros concernant la FON utilisée pour constituer le *backbone* des opérateurs, soit environ [...] % du chiffre d'affaires de SFR sur l'ensemble des marchés de gros¹²³ et [...] % de son chiffre d'affaires total réalisé en France. Par comparaison, le chiffre d'affaires des activités aval d'accès à internet du nouvel ensemble aux clients résidentiels représentent plus de [...] d'euros.
226. La mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage n'entraînerait donc qu'une perte très limitée comparativement aux gains qui pourraient être réalisés sur le marché aval grâce à l'affaiblissement des opérateurs concurrents. Ainsi, l'opération pourrait générer une dégradation des conditions de concurrence sur les marchés aval du fait d'une stratégie de verrouillage de l'accès à de la fibre optique noire. L'Arcep souligne également l'existence d'un tel risque et redoute « *le recul de la dynamique concurrentielle par l'affaiblissement d'un ou plusieurs acteurs qui pourrait être provoqué par le retrait des ressources de collecte susmentionnées.* »¹²⁴.
227. L'intégration verticale qu'entraîne l'opération renforce donc les incitations du nouvel ensemble à dégrader les conditions d'accès des opérateurs concurrents à la fibre optique noire à l'occasion du renouvellement des contrats d'IRU.

(ii) Sur le réseau de desserte locale

228. Compte tenu de la présence d'Orange en tant qu'alternative à la nouvelle entité, qui propose des produits régulés dans le cadre de l'offre LFO, la nouvelle entité ne dispose pas de la capacité à verrouiller l'accès à de la fibre optique noire sur ce segment de réseau.

b) Effets verticaux entre les offres de gros très haut débit et l'accès de détail haut et très haut débit

229. Dans la mesure où la concentration renforce fortement la position de Numericable sur le marché de détail, la nouvelle entité pourrait être incitée à refuser ou dégrader les offres de

¹²¹ C2005-44 / Lettre du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 12 août 2005.

¹²² C2007-181 / Lettre du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi du 15 avril 2008, aux conseil de la société française du Radiotéléphone SA, relative à une concentration dans le secteur des télécommunications.

¹²³ Notification p.47.

¹²⁴ Avis de l'Arcep, p.25.

gros activées sur le câble afin de favoriser ses activités aval. Il convient donc d'examiner les effets verticaux de l'opération.

230. Conformément à la pratique décisionnelle, la probabilité que l'opération fausse le jeu de la concurrence par des effets verticaux dépend de la capacité de la nouvelle entité à restreindre l'accès de ses concurrents à ses offres de gros activées très haut débit (i), de son incitation à mettre en œuvre une telle stratégie (ii) et des effets de cette stratégie sur les marchés en cause (iii).

(i) Sur la capacité du nouvel ensemble à verrouiller le marché de gros des offres activées généralistes très haut débit

231. Au cas présent, le nouvel ensemble est en mesure de mettre en œuvre une stratégie de verrouillage dans la mesure où il dispose d'une position importante tant sur le marché amont que sur le marché aval et de la capacité matérielle et commerciale de verrouiller le marché amont. Alors même que l'opération accroîtra la dépendance des concurrents vis-à-vis des parties, en conditionnant leur capacité à proposer rapidement des offres de détail de très haut débit aussi étendues que celle de la nouvelle entité à l'accès à un réseau équivalent, aucune disposition légale n'impose au nouvel ensemble d'octroyer à des tiers un accès au réseau câblé. La mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage en amont permettra donc à la nouvelle entité de préempter une portion significative de la clientèle en aval.

Position de la nouvelle entité

232. La pratique décisionnelle des autorités de concurrence écarte en principe le risque que le renforcement vertical causé par une opération de concentration entraîne un effet de verrouillage lorsque la part de l'entreprise issue de l'opération sur les marchés concernés ne dépasse pas 30 %¹²⁵. Il convient donc au cas d'espèce d'analyser la position que détiendra Numericable après l'opération en aval, sur le marché de détail de la fourniture d'accès à internet haut et très haut débit, et à l'amont, sur le marché des offres activées généralistes de haut et très haut débit.
233. A l'amont, s'agissant d'offres activées permettant de construire des offres de détail très haut débit, Numericable est le seul offreur. En effet, comme le relève l'Arcep¹²⁶, aucun opérateur disposant à ce jour d'un réseau en fibre optique, à l'exception de quelques RIP dont la couverture géographique est limitée, ne propose de telles offres.
234. Numericable propose deux offres de nature différente :
- une offre en marque blanche, conçue pour les opérateurs ne disposant pas de plateforme technique. Dans ce cas, Numericable produit les composantes techniques de l'offre de base (ligne d'accès, services internet, téléphonie et TV) ainsi qu'un certain nombre de prestations annexes. L'opérateur client n'a donc pas de marge de manœuvre technique mais se charge du marketing et de la relation client. Cette offre a été conçue pour Darty Telecom et Auchan Telecom ;
 - une offre de type bitstream, où l'opérateur client dispose d'une marge de manœuvre technique plus importante. Cette offre a été conçue pour Bouygues Telecom.

¹²⁵ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, §384.

¹²⁶ Décision n° 2014-0734 du 26 juin 2014, portant sur la définition du marché pertinent de gros des offres d'accès haut débit et très haut débit activées livrées au niveau infranational, sur la désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur ce marché et sur les obligations imposées à cet opérateur sur ce marché, p. 13.

235. Si à ce jour, le groupe Bouygues Telecom est le seul client de ces offres, Numericable a assuré à l'Arcep que « *malgré la complexité de mise en œuvre d'une telle offre, il n'existe aucun obstacle technique majeur à ce qu'elle soit reproduite* »¹²⁷.
236. Ainsi, au regard de la position des parties, l'entité issue de l'opération disposera d'un pouvoir de marché suffisant à l'amont pour mettre en œuvre une stratégie de verrouillage des intrants.
237. A l'aval, l'opération multipliera par [...] la base d'abonnés de Numericable, qui représentera [20-30] % du marché du haut et du très haut débit, et près de [60-70] % du segment du très haut débit.

Capacité matérielle et commerciale de mettre en œuvre une stratégie de verrouillage

238. La mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage par le nouvel ensemble dépend de sa capacité à la fois matérielle et commerciale à préempter une partie significative de la clientèle. Cette capacité tient donc d'abord à l'absence d'offres alternatives équivalentes à celle de la nouvelle entité, auxquelles pourraient recourir ses concurrents, sur le marché de gros et, ensuite, de l'existence d'une capacité disponible sur l'empreinte du réseau du nouvel ensemble, correspondant à son potentiel de croissance et de préemption de clientèle sur le marché aval. En outre, aucune réglementation ne contraint Numericable à donner accès à son réseau. Enfin, la capacité du nouvel ensemble à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage peut s'apprécier en particulier vis-à-vis de Bouygues Telecom, dont la dépendance économique à la nouvelle entité sera totale après l'opération.

♦ Absence d'offre alternative équivalente à celle du nouvel ensemble

239. A l'issue de l'opération, la nouvelle entité sera la seule à offrir une offre activée très haut débit, permettant de construire une offre de détail différenciée très haut débit. Free souligne ainsi que « *compte tenu de ces débits supérieurs, les offres activées proposées par Numericable sont de fait d'une qualité supérieure à celles d'Orange sur la boucle locale cuivre. Elles permettent l'acheminement de services indisponibles sur la boucle locale cuivre tels que les services de télévision en HD ou le multi-écrans* »¹²⁸. De la même manière, Bouygues Telecom constate que « *l'offre de gros de NC est la seule qui permette de proposer une offre THD sur le marché de détail* »¹²⁹.
240. Les seules alternatives existantes ne couvrent que des zones locales. L'Arcep relève en effet que ce sont principalement des « *opérateurs de réseaux d'initiative publique, avec en particulier les réseaux de SPTH (à Pau dans les Pyrénées-Atlantiques), du SIEA (dans l'Ain) et de Go Telecom (à Gonfreville-l'Orcher en Seine-Maritime)* » qui proposent des offres activées à très haut débit sur leurs réseaux en fibre optique¹³⁰.
241. La seule offre d'accès activée très haut débit couvrant un nombre significatif d'abonnés éligibles est donc celle du réseau câblé de Numericable. Or, ce dernier ne commercialise pas d'« offre » généralisée, mais a conclu avec Bouygues Telecom un contrat ad hoc lui conférant un accès activé à son réseau. Comme le précise l'Arcep, cette offre a été « *conçue de manière*

¹²⁷ *Id.*

¹²⁸ Réponse de Free au test de marché de phase 1, question n° 234.

¹²⁹ Réponse de BYT au test de marché de phase 1, question n° 234, p. 184.

¹³⁰ Décision de l'Arcep n° 2014-0734 du 26 juin 2014 portant sur la définition du marché pertinent de gros des offres d'accès haut débit et très haut débit activées livrées au niveau infranational, sur la désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur ce marché et sur les obligations imposées à cet opérateur sur ce marché (ci-après, la décision n° 14-0734), p. 12-13.

spécifique pour Bouygues Telecom. Toutefois, Numericable assure que, malgré la complexité de mise en œuvre d'une telle offre, il n'existe aucun obstacle technique majeur à ce qu'elle soit reproduite. La seule limitation à l'accueil d'autres opérateurs par Numericable résulte des ressources en fréquences nécessaires pour diffuser en broadcast des chaînes de télévision spécifiques aux offres d'éventuels nouveaux opérateurs, en sus des chaînes déjà diffusées par Numericable ou ses opérateurs clients actuels »¹³¹.

242. En l'état, l'accès activé au réseau câblé est donc indispensable pour adresser le segment du très haut débit pour les opérateurs qui ne disposent pas d'un réseau très haut débit équivalent, qu'ils soient opérateurs de réseaux ou MVNO.
243. Ce constat s'impose d'autant plus que les FAI ne peuvent adresser le segment du très haut débit dans des conditions comparables à celle de la nouvelle entité en recourant à des accès passifs aux réseaux FttH. En effet, si la loi a posé le principe de la mutualisation de la partie terminale des réseaux en fibre optique, tout opérateur d'immeuble devant faire droit aux demandes raisonnables d'accès, ceux-ci ne seront effectifs qu'à la mesure du déploiement des réseaux FttH. Or, ceux-ci sont à ce jour loin de disposer d'une empreinte comparable à celle du réseau câblé.
244. Les données communiquées par l'Arcep montrent en effet que, au 31 mars 2014, la couverture du câble est beaucoup plus importante que celle des réseaux FttH, sachant que l'essentiel des déploiements FttH, de SFR¹³² comme des autres opérateurs¹³³, ont eu lieu en zone câblée :

	Réseau cuivre (milliers)	Réseaux très haut débit (milliers)	
		FttH	Câble
Numericable	[...]	--	[...]
SFR	[...]	[...]	--
Nouvelle entité	[...]	[...]	[...]
Orange	[...]	[...]	--
BYT	[...]	[...]	--
Free	[...]	[...]	--

Source : avis Arcep, p. 19

245. Une étude économique versée au dossier estime ainsi qu'au premier trimestre 2014, Numericable a accès à [...] % du total des logements éligibles au très haut débit contre 38 % pour Orange, [...] % pour SFR, 13 % pour Free et 14 % pour Bouygues Telecom (en

¹³¹ *Id.*, p. 13.

¹³² Le régulateur note « qu'[...] des [...] millions de logements éligibles à une offre FttH de SFR au 31 mars 2014 se trouvent en zone câblée Numericable ». Avis de l'Arcep, p. 19.

¹³³ Réponse au test de marché de phase I, question 133.

propre)¹³⁴. Ainsi, l'opération consolidera la position de « leader »¹³⁵ du très haut débit de la nouvelle entité et, par conséquent, la capacité de Numericable à commercialiser des services d'accès de très haut débit au plus grand nombre de clients.

246. L'avance du réseau câble, certes temporaire dans la mesure où les autres FAI se sont engagés dans le déploiement de leurs réseaux FttH, devrait se maintenir tant que ces derniers ne disposeront pas d'une couverture géographique équivalente. Il est difficile d'évaluer l'horizon temporel exact de cette échéance. Il est en revanche possible de se référer aux projections des différents opérateurs avant l'opération :

- Orange indique avoir prévu de raccorder au FttH ou cofinancer le raccordement de [...] millions de prises dans la zone câblée (et [...] millions hors zone câblée) à l'horizon 2019 dans le cadre de son plan d'investissement sur la période 2014-2018. Ce plan suppose toutefois la participation de SFR au déploiement du FttH en zone câblée¹³⁶, désormais compromise du fait de l'opération, comme expliqué ci-dessous ;
- les autres opérateurs (Bouygues Telecom et Free) envisageaient une couverture quasi intégrale de la zone câble à l'horizon 2020¹³⁷. Toutefois, comme pour Orange, ces prévisions de déploiement intègrent la participation financière de SFR, qui pourrait être remise en cause à l'issue de l'opération en zone câblée, comme il sera détaillé ci-dessous.

247. Il s'ensuit qu'en toute hypothèse, aucun opérateur ne sera en mesure de couvrir une empreinte géographique comparable à celle du nouvel ensemble par le déploiement d'un réseau en fibre optique, au moins à un horizon de 5 ans.

248. Les MVNO qui ne sont pas en mesure de déployer leur propre réseau en fibre optique sont également complètement dépendants des offres de gros activées pour construire des offres de détail très haut débit. Or, à ce jour, les offres de gros activées sur le réseau câblé sont les seules qui permettent de construire de telles offres de détail. En outre, comme l'Arcep l'a récemment rappelé¹³⁸, le développement des offres de gros activées sur les réseaux FttH n'interviendra qu'à mesure des déploiements des réseaux FttH par les FAI.

◆ Potentiel de croissance et capacité accrue de recrutement

249. Par ailleurs, l'opération va permettre à la nouvelle entité de se développer de manière beaucoup plus rapide que ses concurrents sur le segment de l'accès internet très haut débit. En effet, la nouvelle entité disposera d'avantages en termes de réseaux qui pourront être pleinement exploités grâce à la puissance commerciale dont dispose SFR.

250. En ce qui concerne les avantages en termes de réseau très haut débit, il a déjà été montré que la couverture du réseau câblé était beaucoup plus importante que celle des réseaux FttH concurrents : le réseau câblé couvre environ 8,5 millions de prises dont 5,4 millions ont déjà été modernisées et offrent des débits supérieurs à 100 Mbit/s¹³⁹. Par ailleurs, il ressort des

¹³⁴ Effets de la fusion Numericable-SFR sur les marchés de l'accès à internet THD résidentiels, Tera Consultants, 1^{er} juillet 2014, p. 9.

¹³⁵ Audition de MM. Éric Denoyer, président-directeur général de Numericable Group, et Jérôme Yomtov, directeur général délégué de Numericable, par la commission des affaires économiques du Sénat, 14 mai 2014, précitée.

¹³⁶ Note Orange « Pouvoir de marché découlant de la position sur un segment de marché », p. 1, note 2.

¹³⁷ Réponses de Free et de Bouygues Telecom au questionnaire complémentaire de l'Autorité de la concurrence en date du 13 août 2014, question 8.

¹³⁸ Décision précitée de l'Arcep n° 2014-0734 du 26 juin 2014 portant sur la définition du marché 5.

¹³⁹ Réponse du 16 juin au questionnaire du 11 juin, question 8.

informations fournies par les parties que la nouvelle entité sera en mesure de rénover à un rythme soutenu le reste des prises¹⁴⁰ : dès la fin de l'année 2014, [...] de prises seront modernisées pour atteindre [...] de prises en 2015 et [...] de prises en 2016. Ainsi, compte tenu des informations communiquées par les différents opérateurs relatives à leur planning de déploiement, il apparaît que la couverture du réseau très haut débit de la nouvelle entité progressera plus rapidement que celle de ses concurrents.

251. En outre, la nouvelle entité bénéficiera d'un avantage important dans l'accès aux clients, comme expliqué ci-dessus, qui résulte du fait que le raccordement final existe déjà dans au moins 35 % des foyers de la zone câble¹⁴¹. Par ailleurs, lorsque l'activation du service d'accès internet sur le réseau de Numericable nécessite le déplacement d'un technicien, il s'agit dans [...] % des cas* d'une simple reconnexion de l'installation, qui nécessite généralement moins de travaux que lors d'un nouveau raccordement. Cet avantage en termes d'accès aux clients est confirmé par SFR qui a ainsi annoncé qu'il utilisera les prises coaxiales installées de Numericable pour raccorder les immeubles câblés à son réseau de fibre optique, sans travaux dans les logements. SFR considère que cette possibilité confère « *un gain fantastique à la fois pour le client, plus besoin de faire tous ces travaux à faire courir des fibres à l'intérieur des domiciles et évidemment pour SFR. Donc ça va permettre d'accélérer, d'aller beaucoup plus vite* »¹⁴².
252. Cet avantage est également matérialisé par un écart significatif dans les délais de mise en service des accès internet entre le réseau câblé et un réseau FttH : ainsi, les informations publiques des opérateurs sur la qualité de service révèlent que 50 % des commandes sont activées dans la journée pour Numericable et 95 % en moins d'une semaine contre 50 % en 15 jours et 95 % en 46 jours pour Orange sur son réseau FttH¹⁴³. Les difficultés de pénétration que rencontrent les offres fondées sur les réseaux FttH transparaissent enfin dans les taux de rétractation importants qu'ont pu constater les différents opérateurs. En particulier Bouygues Telecom connaît un taux d'échec de ses abonnements FttH 2,5 fois supérieur au taux d'échec de ses abonnements commercialisés sur le réseau de Numericable. Ces échecs sont liés tant à des problèmes techniques rencontrés sur le réseau qu'au refus des projets de raccordement par les clients ou encore par les syndicats. Orange, pour sa part, estime que 54 % des prospects intéressés par une offre très haut débit renoncent à souscrire un contrat fibre du fait des travaux de raccordement¹⁴⁴. Enfin, Free estime que : « *de manière générale, il faut au moins 18 mois pour migrer significativement les abonnés dès lors qu'un immeuble est éligible FttH.* »¹⁴⁵
253. Par ailleurs, la nouvelle entité disposera d'une capacité à commercialiser de manière plus efficace ses offres très haut débit que préalablement à l'opération, ce qui lui permettra de se développer plus rapidement sur ce segment de marché.

¹⁴⁰ Réponse des parties en date du 16 juin au questionnaire du 11 juin 2014, question.8.b).

¹⁴¹ Réponse des parties en date du 19 août 2014 aux questions complémentaires en date du 7 août 2014.

¹⁴² http://www.sfr.fr/projet-sfr-numericable/?sfrcpid=t1_corporate_g_ls. Transcription par Free de l'entretien de Frank Cadoret, Directeur Exécutif Grand Public et professionnels de SFR, avec 8 internautes spécialistes des nouvelles technologies, 8 avril 2014.

¹⁴³ Réponse de Free au test de marché de phase 1, question 150 et 156.

¹⁴⁴ Réponse d'Orange au test de marché de phase 1, question 30.

¹⁴⁵ Réponse aux questions complémentaires de l'Autorité en date du 13 août 2014, question 7.

* Rectification d'erreur matérielle.

254. En effet, les éléments au dossier étayent les témoignages unanimes recueillis durant l’instruction faisant valoir la relative inefficacité commerciale de Numericable avant l’opération et la faible reconnaissance de sa marque sur le marché. Il est ainsi constaté qu’alors que 8,5 millions de logements sont éligibles à une offre très haut débit câble, la base d’abonnés de Numericable ne compte que 1,041 millions d’abonnés soit environ 12 % de sa capacité. En outre, avant l’opération, la croissance du parc d’abonnés câble de Numericable est d’environ 6,4 % entre le 30 juin 2012 et 2013¹⁴⁶, contre plus de 68 % de croissance des abonnements en FttH de l’ensemble des FAI et près de 30 % de croissance des abonnements très haut débit, toutes technologies confondues, en un an au premier trimestre 2014¹⁴⁷.
255. L’inefficacité commerciale de Numericable avant l’opération ressort également de la comparaison de sa performance avec celle de Bouygues Telecom sur le réseau câblé. Ainsi, Bouygues Telecom a connu une croissance de son parc de clients sur le réseau de Numericable d’environ [20-30] % de 2012 à 2013¹⁴⁸ alors que Numericable n’a quant à lui connu une croissance que de 6 % de juin 2012 à juin 2013¹⁴⁹. Ces chiffres montrent qu’un opérateur autre que Numericable est en mesure de commercialiser avec un plus grand succès une offre qui est techniquement identique.
256. La prise de contrôle de SFR permettra donc à Numericable d’améliorer sa capacité d’acquisition de clientèle, grâce à l’image de marque et le savoir faire commercial de cet opérateur. En effet, la marque SFR dispose d’une notoriété très supérieure à celle de Numericable, en raison de son ancienneté, de ses efforts de publicité¹⁵⁰ et de sa perception générale par les consommateurs¹⁵¹. Ceci explique que Numericable entend utiliser la marque SFR à l’issue de l’opération, dans la mesure où la partie notifiante reconnaît elle-même que SFR est « plus forte que la marque Numéricâble »¹⁵². L’opération permettra en outre à Numericable d’accroître considérablement sa capacité commerciale, notamment par l’acquisition du réseau de distribution de SFR, qui compte 831 boutiques (intégrés et affiliés monomarque), contre 151 boutiques Numericable.
257. Par ailleurs, la nouvelle entité pourra viser la base d’abonnés haut débit de SFR pour commercialiser les offres très haut débit sur le réseau câblé. D’après les informations fournies par les parties, environ [...] de clients haut débit de SFR sont également éligibles aux offres sur le réseau de Numericable¹⁵³. Si l’Arcep estime qu’une migration rapide et massive de l’ensemble des accès haut débit vers des accès très haut débit est peu probable (coûts élevés, risque de perte de revenus en cas de résiliation des clients, complexité opérationnelle), le régulateur confirme en revanche qu’une migration progressive devrait intervenir « selon

¹⁴⁶ En croissance des abonnés multi-play Numericable selon le document de base déposé par Numericable Group auprès de l’AMF le 18 septembre 2013, p. 10.

¹⁴⁷ Arcep, Observatoire des marchés des communications électroniques en France, 1^{er} trimestre 2014, 3 juillet 2014, p. 9.

¹⁴⁸ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 27.

¹⁴⁹ Document de base communiqué à l’AMF, p.10.

¹⁵⁰ SFR est le 3^{ème} plus important annonceur français, et 3^{ème} parmi les groupes de télécommunication (derrière Orange et Bouygues Telecom) (source : réponse d’Iliad-Free au test de marché de phase In question n° 152, sur la base de données Kantar pour l’années 2013).

¹⁵¹ Voir les réponses des concurrents au test de marché de phase 1, question n° 152.

¹⁵² Voir <http://www.quechoisir.org/telecom-multimedia/telephonie/actualite-fusion-sfr-numericable-ce-qui-attend-les-consommateurs>. le même type de déclaration a récemment été repris par les responsables de SFR, considérant disposer d’« une superbe marque à la notoriété trois fois plus forte que celle de Numericable » (voir <http://www.latribune.fr/techno-medias/20140408trib000824216/sfr-veut-rassurer-ses-clients-sur-son-rachat-par-numericable.html>).

¹⁵³ Réponse des parties du 16 juin au questionnaire complémentaire du 11 juin 2014.

l'intérêt économique » de la nouvelle entité¹⁵⁴ et pourrait aboutir à la migration de l'essentiel des clients résidentiels haut débit de SFR sur la zone câblée. Cet avis concorde avec l'estimation produite par [confidentiel]¹⁵⁵.

258. Enfin, certains opérateurs ont indiqué que la nouvelle entité pourrait être en mesure d'utiliser des informations stratégiques concernant les déploiements FttH de ses concurrents pour orienter ses efforts commerciaux en matière d'offres très haut débit sur le réseau câblé sur les foyers qui seront rapidement raccordés à un réseau FttH, et préempter de cette manière les clients potentiels. En effet, dans le cadre des déploiements FttH et de l'obligation faite aux opérateurs d'immeuble de donner accès aux autres opérateurs dans des conditions transparentes et non discriminatoires à la partie mutualisée du réseau FttH, des informations dites « IPE » (« Informations Préalables Enrichies ») comportant la localisation du point de mutualisation et d'autres informations techniques nécessaires pour l'accès au réseau mutualisé sont transmises aux opérateurs tiers¹⁵⁶. Parallèlement, les obligations dites « J3M » consistent, pour un opérateur d'immeuble qui vient de poser un point de mutualisation, à prévenir les autres opérateurs pour leur permettre de se raccorder techniquement au point de mutualisation. Un délai de 3 mois leur est accordé pendant lequel la mise en service des clients est gelée, ce qui revient de fait à geler la commercialisation jusqu'à 15 jours ou 1 mois avant la fin de ce délai¹⁵⁷. Cette règle a pour but d'éviter que l'opérateur d'immeuble ne bénéficie d'un avantage sur le marché de détail lui permettant de démarcher et préempter les clients avant les opérateurs concurrents. Or certains opérateurs redoutent que SFR, qui est destinataire des données IPE en tant qu'opérateur FttH n'utilise ces informations pour démarcher les clients en leur proposant des offres sur le réseau câblé pendant la période de 3 mois durant laquelle aucun opérateur FttH n'a le droit de proposer effectivement ses services. L'Arcep estime à ce propos que « *cette situation pourrait conduire à un détournement d'une mesure initialement conçue pour préserver la concurrence sur les réseaux FttH* »¹⁵⁸.
259. Ainsi, même si, conformément à l'article 3 de la décision n° 2009-0169 de l'Arcep en date du 3 mars 2009, relative à la liste des opérateurs destinataires des informations concernant l'installation de lignes de communications électroniques à très haut débit en fibre optique dans les immeubles, la nouvelle entité ne peut utiliser les données IPE qu'aux fins de fournir des services de communications électroniques à très haut débit sur fibre optique, il ne peut être exclu qu'elle utilise de telles informations à son avantage.
260. Il s'ensuit que Numericable disposera, à l'issue de l'opération, d'une importante capacité de développement sur le segment de détail du très haut débit en zone câblée et d'une capacité commerciale accrue.

♦ Absence de réglementation imposant un accès au réseau câblé

261. Aucune disposition légale ou réglementaire n'impose à Numericable d'accorder un accès à son réseau câblé. En effet, Orange est le seul opérateur à avoir l'obligation de faire droit aux demandes d'accès activés sur son réseau cuivre en raison de sa position d'opérateur exerçant

¹⁵⁴ Avis de l'Arcep p. 21.

¹⁵⁵ Annexe Q22.

¹⁵⁶ PV d'audition d'Orange, question

¹⁵⁷ Voir la décision de l'Arcep n° 2009-1106 et l'article R 9.2 (III) du CPCE.

¹⁵⁸ Avis de l'Arcep p. 36-37 (VNC : p. 35-36).

une influence significative sur le marché pertinent de gros des offres d'accès haut débit et très haut débit activées généralistes¹⁵⁹.

◆ Dépendance de Bouygues Telecom vis-à-vis du nouvel ensemble

262. En ce qui concerne plus particulièrement Bouygues Telecom, il ressort de l'instruction que l'opérateur est en situation de dépendance complète vis-à-vis de la nouvelle entité pour la construction de ses offres de détail très haut débit.
263. Bouygues Telecom a en effet signé en 2009 un contrat de type bitstream lui permettant de commercialiser des offres 2P et 3P à très haut débit à destination de la clientèle résidentielle, et étendu à la clientèle professionnelle en 2011. Ce contrat lui permet à ce jour d'adresser la quasi-totalité de sa base d'abonnés très haut débit ([90-100] % des accès très haut débit commercialisés par Bouygues Telecom sont achetés en gros à Numericable dans le cadre de ce contrat¹⁶⁰).
264. Ce contrat arrive à échéance en [confidentiel] et la nouvelle entité sera libre de ne pas le renouveler¹⁶¹. Le contrat prévoit un préavis de [...] mois si la résiliation intervient à l'initiative de Numericable pour permettre à Bouygues Telecom de migrer ses clients sur un autre réseau de télécommunication. Bouygues Telecom ne sera toutefois pas en mesure de se passer de ce contrat avant son arrivée à échéance, la migration des clients de Bouygues Telecom vers une autre infrastructure ne pouvant intervenir que progressivement. En outre, la migration des abonnés très haut débit de Bouygues Telecom vers le réseau haut débit cuivre n'est pas réaliste. En effet, une telle migration impliquerait une forte régression de la qualité du service souscrit par les abonnés de Bouygues Telecom, notamment en termes de débits, et nécessiterait le changement des équipements terminaux. Il est donc très vraisemblable, au vu des faibles taux de retour d'abonnés très haut débit à des offres haut débit relevés dans les développements précédents relatifs au marché pertinent, que la majeure partie de la base d'abonnés très haut débit de Bouygues Telecom préférera changer d'opérateur et se reporter vers les offres de la nouvelle entité pour continuer à bénéficier d'un accès très haut débit sur le réseau câblé. En outre, Bouygues Telecom est également fortement dépendant de la nouvelle entité compte tenu du contrat bitstream haut débit conclu avec SFR. Par conséquent, même une migration des abonnés très haut débit sur ses offres haut débit ne réduirait pas significativement la dépendance de Bouygues Telecom vis-à-vis de la nouvelle entité.
265. Par ailleurs, l'empreinte trop limitée du réseau FttH de Bouygues Telecom (moins d'un million de logements raccordables) ne permet pas d'envisager une migration massive de ses abonnés à court terme. En outre, une telle migration entraînera des coûts et des risques de refus de migration par les clients liés à la nécessité de changer leur box et de procéder à des travaux de raccordement dans leur logement.
266. A l'horizon [confidentiel], l'Arcep estime toutefois que « *les durées initiales fermes négociées entre les parties [Bouygues Telecom et Numericable] paraissent suffisamment longues pour permettre à Bouygues Telecom de sécuriser à court terme les accès fournis sur ces réseaux et lui laisser le temps d'anticiper la migration de ses accès vers d'autres réseaux.* »¹⁶².

¹⁵⁹ Décision n° 2014-0734 du 26 juin 2014, portant sur la définition du marché pertinent de gros des offres d'accès haut débit et très haut débit activées livrées au niveau infranational, sur la désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur ce marché et sur les obligations imposées à cet opérateur sur ce marché,

¹⁶⁰ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 124.

¹⁶¹ Si le contrat n'est pas dénoncé par l'un des parties à cette date, alors il sera reconduit pour une durée indéterminée et pourra être dénoncé par la suite avec les mêmes délais de préavis.

¹⁶² Avis de l'Arcep p.24

Néanmoins, avant cette échéance, la nouvelle entité aura la capacité à dégrader les conditions tarifaires et la qualité de service dont bénéficie aujourd'hui Bouygues Telecom.

267. En premier lieu, [confidentiel]¹⁶³. Dans ces conditions, le coût pour Bouygues Telecom de s'engager dans une stratégie de migration progressive de ses clients sur un autre réseau très haut débit pourrait être significatif. Enfin, la nouvelle entité aura la capacité à renforcer encore les contraintes pesant sur Bouygues Telecom lorsque sera négocié le prochain avenant définissant [confidentiel].
268. En deuxième lieu, la nouvelle entité sera capable de dégrader la qualité du service qu'elle fournit à Bouygues Telecom dans le cadre de ce contrat. [Confidentiel]¹⁶⁴. L'opérateur fait également valoir que, même si son contrat avec Numericable comporte une clause générale de non discrimination¹⁶⁵ entre les clients de Bouygues Telecom et de Numericable, Bouygues Telecom ne dispose d'aucuns moyens pour contrôler cette obligation.
269. Par ailleurs, le contrat prévoit que les raccordements et dépannages des clients de Bouygues Telecom, qui sont des opérations critiques pour la conquête et la fidélisation des clients, sont [confidentiel].
270. Au total, la nouvelle entité pourrait être en mesure de dégrader l'accès de Bouygues Telecom à son réseau d'ici [confidentiel], cet opérateur ne pouvant envisager à brève échéance de migrer ses clients vers un autre réseau très haut débit.

(ii) Sur l'incitation de la nouvelle entité à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage

271. Comme le précisent les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, « l'Autorité analyse de façon concrète la probabilité de l'adoption de stratégies de verrouillage par la nouvelle entité en prenant en considération tant les incitations à adopter de tels comportements que les facteurs de nature à diminuer, voire à éliminer, de telles incitations, y compris le caractère éventuellement illégal de ces comportements. Il s'agit de démontrer dans un premier temps que l'entreprise verticalement intégrée issue de l'opération sera incitée à verrouiller le marché. Cette incitation dépend de la rentabilité du verrouillage »¹⁶⁶.
272. Afin d'établir l'incitation des parties à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage à l'issue de l'opération, l'Autorité peut également prendre en compte, au support de son analyse, le type de stratégie et les comportements adoptés dans le passé par la nouvelle entité. Les documents internes peuvent également fournir un éclairage sur les stratégies envisagées. L'existence de tels éléments sera examinée avant d'analyser la rentabilité d'une stratégie de verrouillage pour Numericable à l'issue de l'opération.

Éléments attestant l'intention de Numericable à mettre en œuvre une stratégie de verrouillage

273. A ce jour, Numericable a conclu trois contrats de fourniture d'accès très haut débit activé sur son réseau câblé, avec Darty Telecom (le 2 avril 2008), Auchan Telecom (le 31 décembre

¹⁶³ Annexe aux réponses au test de marché, Contrat bitstream très haut débit entre Bouygues Telecom et Numericable, p.7.

¹⁶⁴ Par exemple, [confidentiel].

¹⁶⁵ [Confidentiel].

¹⁶⁶ Lignes directrices, §466.

2008) et Bouygues Telecom (le 14 mai 2009). L'opérateur indique également avoir démarché « *la plupart des opérateurs grand public comme Virgin Mobile ou La Poste Mobile* »¹⁶⁷.

274. En effet, préalablement à l'opération, au vu de la faible base d'abonnés de Numericable, la sous-utilisation de son réseau incitait l'opérateur à en ouvrir l'accès. Cette incitation devrait changer à l'issue de l'opération compte tenu des perspectives de migration sur le câble de la base d'abonnés de SFR. Les éléments au dossier attestent ainsi l'intention de la nouvelle entité de basculer progressivement les clients haut débit de SFR sur son réseau câblé. D'après le business plan élaboré par Numericable pour les besoins du financement de l'opération, le nouvel ensemble devrait pouvoir basculer environ [...] clients SFR, sur la base des recouvrements entre le réseau câblé et le réseau ADSL de SFR et d'une hypothèse selon laquelle [...] % des clients SFR accepteraient de passer à une offre sur le réseau câblé¹⁶⁸. Par ailleurs, la nouvelle entité estime être en mesure de conquérir un nombre important de nouveaux clients sur le réseau câblé, projetant l'acquisition de [...] de nouveaux clients d'ici 2017¹⁶⁹. Ainsi, l'opération, en conduisant à la croissance rapide du parc très haut débit de la nouvelle entité, notamment grâce à l'apport des clients de SFR, modifiera ses incitations en conférant à l'exploitation du réseau câblé un débouché considérablement accru sur le marché de détail.
275. Les éléments au dossier fournissent ainsi plusieurs indices concordant montrant que la nouvelle entité, contrairement à la situation préexistante, sera incitée à restreindre ou dégrader l'accès des tiers à son réseau câblé pour favoriser ses propres activités de détail.
276. Premièrement, les parties organisent d'ores et déjà par voie contractuelle la convergence technique de leurs offres en aval. La partie notifiante a en effet indiqué avoir engagé des discussions avec SFR pour une offre d'accès très haut débit [confidentiel]¹⁷⁰. La conclusion de cet accord devrait donc faciliter la formulation d'offres de détail sur le réseau câblé de Numericable aux clients de SFR.
277. En outre, s'agissant des intentions de Numericable sur le marché de gros, les déclarations de M. Patrick Drahi, lors d'une conférence de presse en date du 7 avril 2014 à l'issue de la sélection de Numericable pour reprendre SFR, vont dans le sens d'une fermeture de l'accès au câble aux autres fournisseurs d'accès à internet. M. Drahi a en effet déclaré, s'agissant de l'accès au câble, que « *quand nous aurons 65 % du marché français du haut débit contre 5 % aujourd'hui, alors j'accepterai d'ouvrir l'accès au câble* »¹⁷¹.
278. Ces déclarations sont au demeurant parfaitement cohérentes avec la stratégie de Numericable pour le nouvel ensemble, qui consiste à privilégier le câble sur les autres réseaux pour la commercialisation de ses offres. SFR a ainsi déclaré vouloir privilégier les prises câble en très haut débit à l'issue de l'opération, en expliquant que « *nous aurons la fibre. Dans les immeubles où nous avons déjà la colonne avec le câble, déjà les prises installées à l'intérieur des appartements, on pourra connecter directement sans faire tous ces travaux puisque ça existe déjà avec les prises Numericable. Ce sera alimenté par de la fibre et donc ce qui va*

¹⁶⁷ Réponse du 19 août 2014 aux questions du 7 août, question 4.

¹⁶⁸ Voir annexe n Q22 à la notification, présentation de Numericable aux banques du 27 février 2014 relative à l'opération, p. 26.

¹⁶⁹ *Id.*

¹⁷⁰ *Id.*

¹⁷¹ Déclarations rapportée par Free en réponse au test de marché de phase 1, question n° 244, p. 97 ; également rapportées par Christophe Lagane, « SFR-Numericable : l'ouverture du câble en discussions ? », <http://www.silicon.fr/sfr-numericable-ouverture-cable-93745.html> (visité au 5 août 2014).

donner ce très haut débit. Donc c'est un gain fantastique à la fois pour le client, plus besoin de faire tous ces travaux à faire courir des fibres à l'intérieur des domiciles et évidemment pour SFR. Donc ça va permettre d'accélérer, d'aller beaucoup plus vite. Ça, c'est l'intérêt que nous apporte Numericable alors que vous le savez on est en train d'investir massivement sur la fibre »¹⁷².

Sur la rentabilité d'une stratégie de verrouillage pour le nouvel ensemble

◆ Introduction

279. A l'issue de l'opération, comme expliqué précédemment, la nouvelle entité sera incitée à restreindre l'accès de ses concurrents à son réseau câble modernisé dans la mesure où elle envisage d'en développer l'utilisation pour ses propres clients. Compte tenu de l'impact de l'opération sur les activités de détail des parties, les revenus tirés de l'exploitation de la base d'abonnés du nouvel ensemble en aval devraient surpasser les revenus perdus à la suite d'un retrait du marché de gros.
280. En outre, les conséquences du retrait de Numericable du marché de gros peuvent être quantifiées sur la base des activités liées au contrat bitstream en cours avec Bouygues Telecom, seule offre d'accès activé au réseau câblé actuellement en vigueur. Ainsi, le retrait du nouvel ensemble du marché de gros entraînerait, à tout le moins, la perte des revenus tirés des [...] accès actuellement vendus à Bouygues Telecom¹⁷³.
281. Ainsi, les lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations indiquent que l'incitation d'une entreprise à adopter une stratégie de verrouillage à l'issue d'un renforcement vertical causé par une opération de concentration dépend de la rentabilité du verrouillage. Notamment, *« dans le cas d'un verrouillage par les intrants, la baisse des ventes d'intrants aux concurrents situés en aval a, dans un premier temps, des effets négatifs sur la rentabilité de la nouvelle entité. Cependant, dans un second temps, la nouvelle entité peut bénéficier du recul des ventes de ses concurrents en aval, du fait du manque de disponibilité d'intrants et de ses effets sur la qualité de leurs produits et leurs coûts, et augmenter le prix facturé aux consommateurs ou développer sa part de marché aval »*¹⁷⁴.
282. Il est donc d'autant plus probable que l'entité issue de la concentration soit disposée à renoncer à des ventes sur un marché amont que le chiffre d'affaires sur ce marché est relativement faible, alors que le chiffre d'affaires réalisé en aval est élevé.
283. Les lignes directrices précisent en outre que la comparaison des marges amont et aval des activités concernées constituent des facteurs à prendre en compte pour apprécier plus précisément la rentabilité d'une telle stratégie, dans la mesure où *« il est peu probable qu'une entreprise consente des pertes importantes sur un marché sur lequel elle réalise des marges élevées pour développer sa part de marché sur un marché sur lequel les marges sont faibles »*¹⁷⁵. L'Autorité ajoute que *« lorsque la demande se détourne des concurrents situés en aval, il est nécessaire de déterminer quelle part de cette demande la nouvelle entité pourra attirer. Cette part dépendra notamment des capacités disponibles de la nouvelle entité, du*

¹⁷² http://www.sfr.fr/projet-sfr-numericable/?sfrcpid=t1_corporate_g_ls. Transcription par Free de l'entretien de Frank Cadoret, Directeur Exécutif Grand Public et professionnels de SFR, avec 8 internautes spécialistes des nouvelles technologies, 8 avril 2014.

¹⁷³ Notification point 454, réponse à la question 90.e), p.259.

¹⁷⁴ Lignes directrices, point 467.

¹⁷⁵ Id., point 469.

degré de substituabilité existant entre les produits de la nouvelle entité et ceux de ses concurrents, etc. (...) »¹⁷⁶.

A partir des données relatives aux marges amont et aval de la nouvelle entité ainsi que de la part de la demande perdue par les concurrents que la nouvelle entité sera susceptible d'attirer (le « taux de report »), il est possible d'estimer les gains que pourrait réaliser la nouvelle entité par la mise en œuvre d'une stratégie de forclusion totale (correspondant à une situation dans laquelle l'offre bitstream serait supprimée). Le gain unitaire résultant d'une stratégie de verrouillage peut être mesuré en comparant le profit supplémentaire réalisé à l'aval grâce au report d'une partie de la clientèle des concurrents, qui correspond au produit entre la marge aval et le taux de report et la perte consentie sur le marché de gros (marge amont), c'est-à-dire : *gain par ligne verrouillée = (marge aval) × (taux de report) - marge amont.*

◆ Hausse de l'incitation au verrouillage après l'opération

284. L'incitation de la nouvelle entité à adopter une stratégie de verrouillage peut être appréciée, en premier lieu, au regard du chiffre d'affaires des activités concernées. Au cas présent, la disproportion entre le chiffre d'affaires tiré des activités de gros concernées et des activités de détail des parties est très significative. Ainsi, alors que le contrat bitstream avec Bouygues Telecom a permis à Numericable de générer [...] d'euros en 2013¹⁷⁷, SFR et Numericable ont respectivement réalisé [...] de chiffre d'affaires sur le marché de l'accès à internet haut et très haut débit destiné à la clientèle résidentielle¹⁷⁸. La perte de chiffre d'affaires résultant d'un retrait du nouvel ensemble du marché de gros des offres activées ne représenteraient donc qu'environ [...] % de ses activités aval.
285. En deuxième lieu, il convient d'apprécier l'incitation de la nouvelle entité à adopter une telle stratégie au vu des bénéfices attendus sur chacun des marchés concernés. En faisant l'hypothèse que l'opération ne modifie pas les marges amont et aval, l'incitation à adopter une stratégie de verrouillage dépendra donc de l'évolution du taux de report. La concentration devrait ainsi créer une incitation au verrouillage si le taux de report des clients vers l'entité verticalement intégrée est susceptible d'augmenter après l'opération. Or, de nombreux éléments viennent démontrer que l'opération permettra effectivement à Numericable d'augmenter son attractivité et donc le taux de report.
286. Ainsi la base d'abonnés de Numericable ne compte que 1,041 millions d'abonnés soit environ 12 % de sa capacité¹⁷⁹. En outre, comme indiqué précédemment, le développement de Numericable par rapport aux autres opérateurs très haut débit souffre d'un déficit commercial et de notoriété. La prise de contrôle de SFR permettra à Numericable d'améliorer sa capacité d'acquisition de clientèle.
287. Au vu de ces éléments, il convient de quantifier l'incitation au verrouillage des intrants par la nouvelle entité sur la base des données relatives à l'offre bitstream utilisée par Bouygues Telecom, seule offre d'accès activé à ce jour en vigueur sur le réseau câblé.
288. **Calcul de la marge amont.** Selon les données communiquées par la partie notifiante, le prix moyen pratiqué par Numericable pour son offre bitstream commercialisée auprès de Bouygues Telecom est de [...] euros en 2013. Par ailleurs, le taux de marge dégagé par

¹⁷⁶ *Id.*, point 470

¹⁷⁷ *Notification*, p. 254.

¹⁷⁸ *Réponse de la partie notifiante du 11 août 2014 au questionnaire du 18 juillet 2014.*

¹⁷⁹ *Bouygues Telecom compte 369 400 clients sur le réseau de Numericable au 31 mai 2014, soit 4,3 % des clients éligibles à une offre très haut débit câblé.*

Numericable sur les coûts complets chargés serait d'environ [...] %¹⁸⁰. Ce taux de marge est d'ailleurs corroboré par les estimations produites par certains concurrents dans le cadre de l'instruction¹⁸¹. La marge unitaire réalisée sur le marché amont est donc de [...] euros par abonnement pour l'année 2013¹⁸².

289. **Calcul de la marge aval.** Selon les données communiquées par la partie notifiante, le prix moyen pratiqué par Numericable sur le marché de détail pour son offre très haut débit serait de [...] euros pour un coût variable de [...] euros¹⁸³, soit une marge de [...] euros. Ces estimations ont évolué au fil de l'instruction, la partie notifiante ayant estimé par la suite ses coûts variables à [...] euros¹⁸⁴, ce qui réduit la marge à [...] euros par abonné.
290. Cette estimation correspond toutefois à la marge sur coût variable sur le marché de détail, alors que Numericable n'a communiqué qu'une estimation de sa marge sur coûts complets sur le marché amont. Un calcul basé sur ces données, en sous-estimant la marge amont par rapport à la marge aval, conduirait à surestimer l'incitation au verrouillage. Au bénéfice des parties, les données de coûts variables ne seront donc pas utilisées pour calculer la marge sur le marché de détail. En revanche, sur la base du taux d'EBITDA « B2C » de Numericable en 2013¹⁸⁵, il est possible d'estimer un taux de marge aval de [...] %¹⁸⁶, cohérent avec le taux de marge estimé sur le marché amont. Sur la base de ce taux, la marge unitaire moyenne sur le marché de détail serait de [...] euros par abonné.
291. **Calcul du taux de report de l'offre très haut débit de Bouygues vers Numericable.** Il est possible de calculer les taux de report en supposant que les consommateurs se reportent sur les concurrents au prorata de la part de marché de chaque opérateur¹⁸⁷. En l'espèce, on limitera donc l'estimation du report de clientèle aux seuls clients très haut débit de Bouygues Telecom qui bénéficient actuellement d'une offre fondée sur un accès activé fourni par Numericable. Cette hypothèse reste toutefois extrêmement conservatrice dans la mesure où un retrait de la nouvelle entité du marché de gros aurait un impact bien supérieur à celui touchant la seule base d'abonnés de Bouygues Telecom, puisqu'il affecterait l'ensemble des opérateurs confrontés à la croissance d'une demande pour des offres très haut débit.
292. Sur la base des parts de marché des opérateurs concernés sur le segment du très haut débit et en supposant que les clients d'offre très haut débit se reportent sur une autre offre très haut débit (conformément aux constats sur les reports d'abonnés très haut débit présentés dans les développements relatifs au marché pertinent), le taux de report des clients très haut débit de Bouygues Telecom vers la nouvelle entité serait de [...] %¹⁸⁸.

¹⁸⁰ *Id.*, question 24.

¹⁸¹ *Bouygues Annexe 1-TERA note Effets concentration sur le marché résidentiel estime un taux de marge de 52 %.*

¹⁸² *On note c le coût unitaire et t le taux de marge et p le prix unitaire. On obtient $t = (p - c)/c$ soit $c = p/(1+t)$. La marge unitaire est $m = p - c$.*

¹⁸³ *Dossier de notification p. 338. Le prix moyen pratiqué en 2013 indiqué ici correspond à la moyenne des prix trimestriels donnés par Numericable.*

¹⁸⁴ *Réponse de Numericable au questionnaire du 7 août 2014, question n° 16.*

¹⁸⁵ *Rapport financier annuel de Numericable pour 2013, p. 59.*

¹⁸⁶ *Réponse de Bouygues Telecom - Annexe 1-TERA note Effets de la concentration sur le marché résidentiel.*

¹⁸⁷ *Voir par exemple la Décision n° 14-DCC-57 du 17 avril 2014 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Orlait de la coopérative Terra Lacta p. 13.*

¹⁸⁸ *Dans le cas présent, Bouygues Telecom dispose d'une part de marché de [10-20] % et la nouvelle entité de [50-60] % [Confidentiel].*

293. Ce taux de report sous-estime toutefois le taux de report réel puisqu'il ne tient pas compte de l'ensemble des éléments qui permettront à Numericable d'accroître son attractivité suite à l'opération et qui ont été exposés précédemment. La présente évaluation suppose donc que le taux de report en faveur des parties n'augmentera que par l'effet de la hausse de part de marché sur le marché de détail suite à la combinaison des parts de marché des deux parties.
294. **Hausse de profit à la suite du verrouillage.** Le tableau suivant présente le bilan d'une stratégie de verrouillage sur le marché amont pour la nouvelle entité. A l'amont, chaque accès activé non vendu correspond à une marge unitaire. En revanche, l'augmentation des ventes sur le marché aval avec une probabilité de [...] % (correspondant au taux de report) permet de réaliser une espérance de gain de [...] euros compte tenu de la marge unitaire aval :

	Marge unitaire	Taux de diversion	Revenu unitaire
Marché amont	[...] €	--	[...] €
Marché aval	[...] €	[...] %	[...] €
		Total	[...] €

295. Il s'ensuit que les gains sur le marché aval sont supérieurs aux gains en amont. Par exemple, sur la base de ces estimations, la hausse de profit pour la nouvelle entité suite à la mise en place d'une stratégie de verrouillage des intrants serait de [...] euros par accès activé que la nouvelle entité refuserait de vendre sur le marché amont, soit environ [...] d'euros pour l'ensemble des accès actuellement vendus à Bouygues Telecom¹⁸⁹. Cette estimation, uniquement basée sur l'éviction de Bouygues Telecom, minore évidemment les gains que le nouvel ensemble pourrait anticiper d'une stratégie globale de verrouillage.
296. L'existence d'une incitation positive au verrouillage est par ailleurs peu sensible à l'hypothèse effectuée sur le taux de report puisque l'incitation au verrouillage serait positive dès lors que le taux de report des clients des concurrents vers Numericable serait supérieur à [...] %¹⁹⁰. Or cette hypothèse est très vraisemblable au vu des éléments recueillis au cours de l'instruction. Bouygues Telecom a notamment indiqué que « les clients THD de Bouygues Telecom qui ont quitté l'opérateur pour une offre concurrente entre les mois d'octobre 2013 et d'avril 2014 ont choisi le THD de Numéricâble à [50-60] % en moyenne, une offre de SFR ou d'Orange à [40-50] % et une offre de Free à [0-5] % seulement »¹⁹¹.
297. Il ressort donc de cette analyse qu'une stratégie de verrouillage sur le marché de gros serait profitable pour la nouvelle entité, ce qui confirme l'existence d'une incitation positive à adopter une telle stratégie à l'issue de l'opération.

(iii) Sur l'impact concurrentiel de la mise en œuvre d'une stratégie de verrouillage

298. Une telle stratégie de verrouillage est susceptible d'affecter de manière importante la concurrence sur le segment du très haut débit, en dégradant les conditions d'accès de

¹⁸⁹ [Confidentiel] accès, d'après la notification p.259.

¹⁹⁰ Le profit tiré de cette stratégie de verrouillage s'annule lorsque : $\text{marge aval} \times \text{taux de report} - \text{marge amont} = 0$, soit $\text{taux de report} = \text{marge amont} / \text{marge aval}$.

¹⁹¹ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question n° 22.

Bouygues Telecom à l'offre de gros activée de Numericable et en empêchant l'accès d'autres opérateurs qui en auraient besoin pour répliquer efficacement à la préemption de la clientèle très haut débit par la nouvelle entité. En effet, la nouvelle entité pourra préempter une partie importante de la clientèle très haut débit, qui sera ensuite plus difficilement contestable par les concurrents. Ces derniers ne disposeront en outre que d'une faible capacité de réaction compte tenu de l'empreinte limitée de leur réseau par rapport à celui du nouvel ensemble.

Sur la préemption de la clientèle très haut débit

299. Comme expliqué ci-dessus, la nouvelle entité sera en mesure de développer ses activités sur le segment du très haut débit plus rapidement que ses concurrents. En outre, les clients acquis par la nouvelle entité seront difficilement contestables par les opérateurs FttH ou par les MVNO qui souhaiteraient proposer de telles offres. En effet il est particulièrement difficile de convaincre les clients bénéficiant d'un accès très haut débit sur câble de passer à une connexion FttH, dans la mesure où les services proposés sur FttH sont similaires à ceux disponibles sur le réseau câblé¹⁹². En revanche, il faut généralement réaliser des travaux de raccordement pour passer au FttH, ce qui est un frein important à l'adoption de cette technologie, comme expliqué ci-dessus. Free indique ainsi que « *les opérateurs FttH auront beaucoup de mal à récupérer les abonnés perdus, qui n'auront aucun intérêt immédiat à faire des travaux et installer une nouvelle prise dans leur logement pour bénéficier d'une autre offre très haut débit* »¹⁹³. Ainsi, à prix équivalent, l'intérêt pour un client câble à passer au FttH est faible.
300. Par ailleurs, Numericable est le seul fournisseur d'accès internet à assortir ses contrats d'un engagement de 12 mois. Ainsi, dans une période de conquête importante de nouveaux clients du fait de l'opération, une proportion non négligeable d'entre eux sera contractuellement immobilisée.
301. La concentration est donc susceptible d'empêcher l'entrée des MVNO si ceux-ci ne peuvent pas proposer rapidement des offres de détail très haut débit construites à partir des offres de gros de Numericable.
302. La concentration dégradera également significativement les conditions de déploiements des réseaux FttH dans la mesure où la part de marché que peut escompter un concurrent en déployant un réseau FttH sur la zone câblée va diminuer. Cet effet réduira mécaniquement les perspectives de rentabilité des réseaux en fibre optique et donc l'incitation à investir.

Les concurrents dans leur ensemble ont une capacité de réaction limitée

303. La capacité de réaction des concurrents dépend essentiellement de l'évolution de la couverture de leur réseau FttH. Or le retard initial des concurrents de la nouvelle entité devrait s'accroître du fait de l'opération, en raison notamment du retrait probable de SFR des projets de déploiement FttH en zone câblée.
304. Comme expliqué ci-dessus, la nouvelle entité bénéficie d'une avance en termes de couverture, 8,4 millions de logements étant déjà éligibles à des offres très haut débit sur le réseau câblé, dont 5,4 millions sur câble modernisé offrant des débits supérieurs à 100 Mbits/s, loin devant Orange, Free et Bouygues Telecom. En outre, ces opérateurs ne seront pas en mesure de combler leur retard avant un délai d'au moins 5 ans. Or la durée et le coût des déploiements

¹⁹² Voir les réponses des opérateurs au test de marché de phase 1, en particulier à la question 164 portant sur les coûts de sortie spécifiques des clients câble.

¹⁹³ Réponse de Free au test de marché de phase 1, question 169.

FttH des concurrents sur la zone câblée subiront une augmentation du fait de l'opération, ce qui aggravera davantage les effets d'une stratégie de verrouillage pour les raisons suivantes.

305. En premier lieu, il convient de rappeler que le déploiement de la partie terminale des réseaux comprend : (i) le déploiement dit « horizontal » de fibre optique dans les rues, jusqu'au pied des immeubles, (ii) le déploiement dit « vertical » dans les colonnes montantes des immeubles, et (iii) le raccordement final ou « raccordement palier » qui permet de raccorder chaque logement au point de branchement optique situé sur le palier.
306. La partie terminale des réseaux en fibre optique (hors raccordement final) fait l'objet d'une régulation symétrique s'imposant à tous les opérateurs fondée sur l'article L. 34-8-3 du CPCE. Cette réglementation pose le principe de mutualisation de la partie terminale des réseaux en fibre optique qu'il n'est pas possible de dupliquer dans des conditions économiques efficaces. Les modalités de cet accès ont été précisées par l'Arcep à travers les décisions n° 2009-1106 du 22 décembre 2009 concernant les zones très denses et n° 2010-1213 du 14 décembre 2010 portant sur les zones moins denses.
307. Ces décisions définissent en particulier la localisation du point de mutualisation des réseaux FttH, en distinguant deux zones en fonction de leur densité de population :
- en zone très dense (106 communes définies dans la décision de l'Arcep n° 2013-1475 du 10 décembre 2013), l'Arcep considère qu'il est économiquement efficace pour plusieurs opérateurs de déployer leur propre réseau horizontal dans la rue. Le point de mutualisation se situe donc en pied d'immeuble, le réseau vertical ne pouvant être dupliqué de manière efficace par plusieurs opérateurs ;
 - en zone moins dense (le reste du territoire), l'ensemble de la partie terminale des réseaux est mutualisée.
308. Concrètement, quelle que soit la zone, le premier opérateur qui décide de raccorder un immeuble (opérateur primo-investisseur) devient « opérateur d'immeuble » et doit, à ce titre, proposer aux autres opérateurs commerciaux d'accéder à la partie mutualisée du réseau. Différentes modalités financières sont proposées en échange d'un accès passif aux lignes FttH : (i) un co-financement *ab initio* ou un co-financement *ex post* en échange d'un droit d'usage de la fibre optique, ou encore (ii) une offre de location à la ligne. Le mécanisme de co-financement implique que le coût de déploiement pesant sur chaque opérateur décroît avec le nombre d'opérateurs participant à l'investissement.
309. En deuxième lieu, SFR était, préalablement à l'opération, un acteur important du co-financement des réseaux FttH. L'Arcep indique ainsi que « *SFR a largement contribué aux déploiements des réseaux FttH dans les zones très denses que ce soit en tant qu'opérateur d'immeuble (déploiement en propre de la partie terminale mutualisée) ou en co-financement* ». En zone moins dense, l'Arcep précise que « *la part des déploiements FttH (...) est encore peu importante, même si l'opérateur annonce avoir lancé un certain nombre d'études préalables et a procédé à des consultations conformément au cadre réglementaire* »¹⁹⁴. Pour sa part, Bouygues Telecom estime que SFR représentait plus de [20-30] % du co-investissement en zone câble¹⁹⁵. SFR se présente ainsi lui-même comme le « *seul opérateur alternatif à investir massivement dans le FttH* » et à dépenser annuellement 150 millions d'euros dans les réseaux FttH¹⁹⁶.

¹⁹⁴ Avis de l'Arcep, p. 30-31

¹⁹⁵ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 134.

¹⁹⁶ <http://groupe.sfr.fr/presse/communiqués-de-presse/communiqués-de-presse-2014/04172014-1150-sfr-commercialise-la-fibre-annecy-argenteuil-bourg-en-bresse-meaux-meudon-troyes>.

310. En troisième lieu, SFR joue également un rôle essentiel dans le schéma global du Plan France Très Haut Débit, défini par le gouvernement en février 2013. Ce plan a pour objectif la couverture très haut débit de l'intégralité du territoire français à l'horizon 2020, en s'appuyant sur les investissements à l'initiative des opérateurs privés et, de manière complémentaire, sur l'initiative publique.
311. En zone très dense ([...] millions de logements¹⁹⁷), l'initiative privée est suffisamment importante pour que la couverture en fibre optique soit assurée à l'horizon 2020. En zone moins dense ([...] millions de logements¹⁹⁸), en revanche, l'intervention publique est nécessaire. Pour coordonner et rationaliser les investissements publics et privés dans cette zone, un appel à manifestation d'intention d'investissement (« AMII ») a été lancé en 2010. L'AMII a permis d'identifier les territoires qui pourraient être couverts par l'initiative privée en zone moins dense, qui correspond à 11,4 millions de logements¹⁹⁹. Sur la zone moins dense AMII, les intentions de déploiement d'Orange et de SFR se recoupaient en grande partie. Les deux opérateurs ont alors conclu un accord en date du 14 novembre 2011²⁰⁰, permettant de mettre en cohérence leurs investissements en déterminant l'opérateur en charge du déploiement du réseau FttH sur les zones de recoupement. Dans le cadre de cet accord, Orange s'est engagé à déployer 7,5 millions de prises et SFR 2,3 millions de prises²⁰¹. Par ailleurs, SFR et Orange se sont mutuellement engagés à participer au co-financement des prises déployées par l'autre²⁰².
312. Or, comme le note l'Arcep, le réseau câblé couvre une partie de la zone moins dense, soit environ [30-40] % de la zone AMII SFR ([...] logements) et [30-40] % de la zone AMII Orange concernée par l'accord avec SFR ([...] millions de logements). L'Arcep indique que sur cette zone « *l'incitation du nouvel ensemble Numericable/SFR à investir dans le déploiement de réseaux en fibre optique devrait être faible* »²⁰³. La nouvelle entité sera en effet peu incitée à remplir les engagements pris par SFR sur cette zone, d'autant plus [confidentiel]²⁰⁴²⁰⁵²⁰⁶.
313. Ainsi, à l'issue de l'opération, SFR aura peu d'intérêt à poursuivre son effort de co-investissement dans les réseaux FttH sur l'ensemble de la zone câblée. En effet, il ne sera pas rationnel pour le nouvel ensemble de dupliquer une infrastructure très haut débit sur toute l'empreinte du câble. L'Arcep note à ce propos dans son avis que « *SFR ou Numericable n'ont pour l'instant pas pris d'engagement public à maintenir ces investissements. Cependant, une stratégie visant à éviter la duplication de la boucle locale filaire pour un même logement semble la plus probable* »²⁰⁷. Ce point de vue est partagé par l'ensemble des

¹⁹⁷ Avis Arcep, p. 30-31.

¹⁹⁸ *Id.*

¹⁹⁹ *Id.*

²⁰⁰ Notification, annexe 2-10

²⁰¹ Notification point 314.

²⁰² Annexe 10-2, protocole d'accord Orange-SFR, article 4 : « France Telecom et SFR deviendront clientes l'une de l'autre au titre de ces offres [d'accès aux lignes FttH déployées en dehors des ZTD] ».

²⁰³ Avis de l'Arcep, p. 30.

²⁰⁴ [Confidentiel].

²⁰⁵ [Confidentiel].

²⁰⁶ [Confidentiel].

²⁰⁷ Avis de l'Arcep, p. 31.

opérateurs²⁰⁸. Ainsi, Bouygues Telecom indique que « *postérieurement à la fusion, le nouvel ensemble n'aura plus d'incitation à déployer et à investir dans la technologie FttH dans toutes les zones dans lesquelles il pourra s'appuyer sur son réseau FttLA déjà déployé par Numericable, puisqu'il aura beaucoup plus intérêt à moderniser son principal actif, plutôt que déployer une nouvelle infrastructure qui viendra concurrencer la sienne, profitera à ses concurrents et l'obligera à consentir des investissements massifs* »²⁰⁹.

314. En toute hypothèse, les investissements de la nouvelle entité dans les réseaux FttH pourront être limités en zone câblée aux montants strictement nécessaires pour respecter les engagements minimaux pris par SFR avant l'opération vis-à-vis d'Orange. Le Directeur Exécutif Grand Public et Professionnels de SFR, a publiquement expliqué que le nouvel ensemble adopterait cette stratégie. L'explication suivante a ainsi été rendue publique par SFR :

*« Mettons une ville X qui est opérée par France Telecom. On doit leur acheter au moins 5 % de fibres. Si on est présent avec le câble, on couvre 50 % des prises de cette ville, on n'achètera que 5 % parce qu'on a déjà 5 %. (...) Si à l'inverse, c'est une ville Y où il n'y a pas de câble, là on doit acheter minimum 5 %, peut-être qu'on achètera plus parce que on a de gros clients SFR aussi en mobile et sur lesquels on veut leur proposer le mobile et le fixe (...) »*²¹⁰.

315. Or le retrait de SFR du co-financement en zone câblée augmentera significativement le poids financier des investissements que les autres opérateurs devront consentir pour maintenir leurs objectifs de déploiements. La partie notifiante estime qu'à l'issue de l'opération, [...] de prises FttH que SFR envisageait de déployer en zone très dense seront redondantes avec le réseau câblé et [...] de prises en zone moins dense²¹¹. Ainsi, l'Arcep²¹² a évalué à environ [...] millions d'euros l'impact financier lié à la baisse de la participation de SFR aux déploiements des réseaux FttH. En zone moins dense, cela pourrait représenter environ [...] % du coût total d'investissement pour couvrir la zone. Orange, pour sa part, estime « *la seule perte de co-financement Fibre à [...] millions d'euros sur la période 2015-2020. SFR risque également de ne plus déployer en zone câble en tant que primo-investisseur, ce qui conduirait Orange, en l'absence de remède à se substituer et à réaliser, dans un contexte financier contraint, en propre des déploiements non prévus. Ceci aurait certainement pour effet de limiter la couverture du territoire en FttH dans d'autres zones projetées* »²¹³.
316. Dans la zone AMII où les déploiements sont à la charge de SFR, il existe en outre un risque de gel des déploiements par SFR au détriment d'Orange et des autres opérateurs. En effet, l'accord conclu avec Orange prévoit une exclusivité de déploiement pour SFR sur sa zone, [confidentiel]²¹⁴. En effet, les calendriers sont [confidentiel] et donnerait la possibilité au nouvel ensemble de laisser s'écouler plusieurs années sans réelle contestation possible de la

²⁰⁸ Réponses des différents opérateurs à la question 166 du test de marché de phase 1.

²⁰⁹ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 134.

²¹⁰ http://www.sfr.fr/projet-sfr-numericable/?sfrcpid=t1_corporate_g_ls. Transcription par Free de l'entretien de Frank Cadoret, Directeur Exécutif Grand Public et professionnels de SFR, avec 8 internautes spécialistes des nouvelles technologies, 8 avril 2014.

²¹¹ Réponse de la partie notifiante en date de 16 juin 2014 au questionnaire de l'Autorité en date du 11 juin 2014, question, 9.

²¹² Avis de l'Arcep, p.31.

²¹³ Réponse d'Orange au test de marché de phase 1, question 163.

²¹⁴ Article 5.2 de l'accord SFR-Orange

part de son cocontractant. [Confidentiel]. L'écoulement de l'ensemble de ces délais pourrait donc retarder de manière considérable les déploiements sur cette zone.

317. En quatrième lieu, Bouygues Telecom pourrait être particulièrement affecté dans ses efforts de déploiements FttH, compte tenu des liens contractuels existant avec SFR. En effet, les deux opérateurs se sont engagés en 2010, et pour une durée initiale de [...] ans, à co-investir dans un réseau horizontal en fibre optique en zone très dense. Ce contrat couvre d'une part le déploiement horizontal comprenant l'installation du NRO et le déploiement des fibres du NRO jusque dans la rue à proximité des immeubles et d'autre part, le raccordement des points de mutualisation, c'est-à-dire le raccordement aux réseaux verticaux. Selon les termes du contrat, l'ensemble des prestations doit être réalisé par SFR pour le compte des deux opérateurs.
318. A ce jour, Bouygues Telecom a co-financé les déploiements horizontaux qui pourraient permettre de raccorder [...] de prises en zone très dense, pour un investissement de [...] d'euros²¹⁵. Pour achever le contrat, SFR n'a pas procédé à la phase d'adduction (raccordement au point de mutualisation) pour environ [...] de prises. Ainsi, à ce stade, Bouygues Telecom ne peut donc bénéficier des déploiements co-financés que pour [...] prises.
319. Compte tenu du taux de couverture important du réseau câblé sur la zone très dense (plus de [...] %), SFR n'aura aucun intérêt à poursuivre les adductions restantes, qui représenteraient un investissement dont la seule finalité serait désormais de permettre à Bouygues Telecom de compléter son déploiement et donc d'exercer une contrainte concurrentielle directe sur le nouvel ensemble en zone câblée. [Confidentiel]. La nouvelle entité sera donc en mesure de ne pas honorer le contrat conclu en 2010 et Bouygues Telecom ne dispose d'aucun moyen de contraindre SFR à maintenir le rythme de réalisation des adductions. Bouygues Telecom relève ainsi que « *le contrat donne à SFR une maîtrise complète des déploiements ; il exécute les déploiements et adducte les immeubles, sans que Bouygues Telecom ait un droit de regard sur le rythme des adductions, aucun système de commande des adductions à l'initiative de Bouygues Telecom n'a pu être négocié* »²¹⁶.
320. Enfin, le contrat prévoit que SFR est responsable de la maintenance des réseaux [confidentiel]. Bouygues Telecom considère que « *ceci signifie donc que, sur [...] ans, Bouygues Telecom sera dépendant d'un opérateur qui n'utilisera plus ces infrastructures (en zone câblée). L'opération garantie une mauvaise exécution de ces obligations, au détriment direct de Bouygues Telecom* »²¹⁷. Cette affirmation repose toutefois sur le postulat erroné que le réseau déployé deviendrait inutile à l'issue de l'opération pour la nouvelle entité. En effet, SFR utilise actuellement le réseau déployé pour raccorder [...] abonnés résidentiels FttH, [...] sites d'entreprises et [...] sites radio de son réseau mobile. La nouvelle entité utilisera donc bien le réseau FttH déployé par SFR, qui constituera pour elle un actif stratégique. Il n'en reste pas moins que le nouvel ensemble pourrait être incité à favoriser ses propres usages par rapport aux besoins de Bouygues Telecom dans le cadre de la maintenance de ce réseau.
321. Ainsi, l'opération pourrait conduire à dégrader les conditions d'investissement dans les réseaux FttH de Bouygues Telecom.
322. En conclusion, la nouvelle entité aura la capacité et l'incitation à verrouiller l'accès à son réseau câblé à l'issue de l'opération, dans un contexte où les concurrents ne seront pas en mesure de répliquer à court terme compte tenu des difficultés structurelles ou engendrées par

²¹⁵ PV d'audition de Bouygues Telecom, question 4 et 5.

²¹⁶ Id.

²¹⁷ Id.

l'opération à déployer leurs propres réseaux FttH. Cette stratégie de verrouillage est susceptible de mettre en difficulté immédiate Bouygues Telecom dont l'activité sur les marchés de détail dépend très fortement de la nouvelle entité. Elle est également susceptible d'empêcher le développement des autres opérateurs qui ne sont pas en mesure de proposer des offres très haut débit car la nouvelle entité aura les moyens de préempter la clientèle qui deviendra par la suite difficilement contestable.

3. EFFETS CONGLOMÉRAUX ENTRE LES MARCHÉS DU HAUT ET DU TRÈS HAUT DÉBIT ET LES MARCHÉS DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

a) Effets congloméraux entre les marchés de l'accès à internet et les marchés de la téléphonie mobile en métropole

323. L'opération a pour effet de rapprocher le premier opérateur du très haut débit fixe d'un opérateur important de la téléphonie mobile, SFR disposant d'environ 28 % de parts de marché, soit environ 20 millions d'abonnés. La nouvelle entité sera donc en mesure de proposer des offres de type 4P en associant un accès haut ou très haut débit fixe et une offre de téléphonie mobile.
324. Une concentration conglomérale ouvre généralement la possibilité de développer des synergies entre les différents éléments constitutifs d'offres groupées associant plusieurs produits ou services. Toutefois, certaines concentrations conglomérales peuvent produire des effets restrictifs de concurrence lorsqu'elles permettent de lier, techniquement ou commercialement, les ventes ou les achats des éléments constitutifs du regroupement de façon à verrouiller le marché et à en évincer les concurrents.
325. Au cas d'espèce, la nouvelle entité sera en mesure de proposer à ses clients des offres groupant un abonnement mobile avec un accès internet haut débit ou un accès internet très haut débit.
326. Toutefois, SFR proposait déjà des offres couplant téléphonie mobile et accès internet haut débit et l'opération ne modifie pas sensiblement la situation de ce point de vue. En revanche, la nouvelle entité pourra proposer des offres associant téléphonie mobile et accès internet très haut débit sur la zone d'emprise du réseau câblé, ce qui est un changement significatif par rapport à la situation précédant la concentration. En effet, préalablement à l'opération, Numericable n'était présent sur le marché de la téléphonie mobile que de manière marginale en tant que MVNO et SFR disposait d'un réseau très haut débit limité. Il convient donc de déterminer si des ventes couplées quadruple play associant les offres mobiles de SFR aux offres fixes très haut débit pourraient permettre à la nouvelle entité d'exploiter sa position sur le segment du très haut débit fixe pour se développer sur le marché de la téléphonie mobile et/ou protéger sa position sur le marché du très haut débit.
327. Pour ce faire, il convient d'examiner l'incitation de la nouvelle entité à pratiquer ce type de couplage et sa capacité à évincer ses concurrents par ce biais. En particulier, si les concurrents sont capables de reproduire la stratégie de la nouvelle entité, celle-ci n'aura pas d'effet sur les marchés en cause.

i. Incitation à proposer des offres associant téléphonie mobile et accès internet très haut débit

328. L'incitation à proposer de telles offres résulte du fait qu'une partie importante des recrutements sur ces deux marchés se font désormais par le biais d'offres associant internet et

téléphonie mobile. D'après les résultats du test de marché²¹⁸, entre 39 % et 65 % des recrutements nets de clients internet en 2013 ont été réalisés sur la base d'offres 4P par les différents opérateurs présents sur le marché. Ainsi, Bouygues Telecom estime qu'au premier trimestre 2014, ce sont un peu plus de [...] millions d'accès internet qui sont actuellement fournies dans le cadre d'offres 4P, soit environ [40-50] % du marché de l'accès à internet.

329. Par ailleurs, il ressort des éléments du dossier que la convergence fixe-mobile est effectivement au cœur de la stratégie de la nouvelle entité. Ainsi, le Président directeur général de SFR a récemment déclaré que « *le rapprochement avec Numericable nous doterait d'un outil industriel de convergence : c'est cette dernière option que le conseil de surveillance a choisi, parce que c'est le projet qui promet le plus de croissance dans le paysage numérique actuel. La convergence est particulièrement dynamique en France : 40 % des consommateurs achètent déjà une offre convergente, et nous visons un doublement de ce taux* »²¹⁹.
330. Enfin, la nouvelle entité dispose d'un « réservoir » important de clients mobile SFR susceptibles d'être intéressés par une offre très haut débit fixe. A ceux-là s'ajouteront les clients Virgin Mobile à qui il sera également possible de proposer une offre internet très haut débit.

ii. Capacité de la nouvelle entité à verrouiller les marchés en cause

331. Les lignes directrices de l'Autorité précisent que la capacité de verrouillage découlant de la mise en œuvre d'une stratégie conglomérale dépend de l'existence de concurrents susceptibles d'offrir une gamme aussi complète de produits. L'Autorité examine ainsi dans quelle mesure les concurrents peuvent répliquer les offres couplées des parties.
332. De ce point de vue, la nature des interactions concurrentielles entre la nouvelle entité et ses concurrents est variable selon que ces derniers ont ou non déployé des infrastructures très haut débit. La zone câblée représente plus de 8 millions de prises, dont 5,4 millions de prises ont été modernisées au 31 mars 2014 d'après la partie notifiante²²⁰. Par ailleurs, il ressort du test de marché que la couverture des réseaux FttH des opérateurs concurrents est la suivante :

Nombres de prises FttH raccordables en 2013 (millions)²²¹	Orange	Bouygues Telecom	Free
Total	[...]	[...]	[...]
En zone câble	[...]	[...]	[...]

333. Par ailleurs, on peut supposer que les réseaux FttH d'Orange, de Bouygues Telecom et de Free se superposent en grande partie, compte tenu de l'importance du co-financement des infrastructures en fibre optique²²².

²¹⁸ Réponses à la question 33.

²¹⁹ Audition de MM. Jean-Yves Charlier, président-directeur général et Olivier Henrard, secrétaire général de SFR, par la commission des Affaires économiques du Sénat, en commun avec la commission du développement durable, le 14 mai 2014

²²⁰ Réponse du 16 juin au questionnaire du 11 juin 2014, question 8.

²²¹ Avis de l'Arcep, p. 19 et réponses des opérateurs au test de marché de phase 1, question 133.

334. Ainsi, sur la zone câblée modernisée, un minimum de [...] de logements sont également éligibles à des offres FttH, proposées par au moins un concurrent. Sur cette zone, les concurrents qui ont choisi d'investir dans le FttH pourraient donc répliquer techniquement l'offre de la nouvelle entité, à condition de réaliser le raccordement final à l'intérieur des logements, qui n'est pas actuellement effectif dans la majorité des cas.
335. Il convient donc de distinguer les zones où les concurrents disposent d'une infrastructure très haut débit des zones où tel n'est pas le cas.
336. En premier lieu, dans les zones où les concurrents disposent d'une infrastructure FttH, Numericable détient un avantage concurrentiel lié au coût de son propre réseau câblé. Numericable dispose d'un réseau aujourd'hui largement amorti, comparativement aux infrastructures FttH dont les coûts de déploiements sont assumés intégralement par les opérateurs. Ainsi, les services très haut débit sur câble génèrent des coûts fixes très inférieurs aux services générés à partir de réseaux FttH²²³. La faiblesse des coûts du réseau câblé s'expliquerait notamment par le fait que Numericable s'est vu transférer des réseaux à bas prix.
337. Pour autant, cet avantage concurrentiel ne permettra pas à Numericable de proposer des offres couplées fixe/mobile moins chères que celles de ses concurrents. En effet, il ressort de la pratique décisionnelle et de l'instruction que les coûts fixes contribuent faiblement à la détermination des prix des opérateurs sur le marché de détail²²⁴. Ainsi, les concurrents de la nouvelle entité ne subiront pas d'incitation à sortir du marché en fonction de leurs coûts historiques dès lors qu'ils resteront en mesure de couvrir les coûts additionnels générés par leur activité. En effet, une sortie du marché ne permettrait pas aux opérateurs de recouvrer les investissements passés consentis pour le déploiement de leur réseau, dans la mesure où ces investissements ne sont pas récupérables, et ferait au contraire perdre aux concurrents les marges qu'ils pourraient réaliser sur leurs coûts variables.
338. Comme l'a reconnu récemment la Commission européenne, les coûts fixes ne sont pas nécessairement pertinents pour déterminer la stratégie tarifaire d'une entreprise²²⁵, y compris pour des industries de réseau dans lesquelles ces coûts fixes sont élevés. Le fait qu'une entreprise puisse rationnellement choisir de ne pas sortir d'un marché sur lequel elle couvre ses coûts évitables sans être capable d'amortir ses coûts irrécupérables est également confirmé par la pratique des autorités de concurrence en matière de prédation²²⁶. Les autorités considèrent en effet qu'une entreprise pratiquant une tarification lui permettant de couvrir ses coûts évitables sans pour autant couvrir ses coûts irrécupérables peut agir de façon rationnelle même sans perspective d'éviction de ses concurrents.
339. Au cas présent, les opérateurs ont d'ailleurs reconnu que leurs décisions tarifaires, qui aboutissent aujourd'hui à peu de différence entre les services haut et très haut débit, étaient moins guidées par leurs coûts de réseaux que leur stratégie commerciale sur le marché de

²²² Voir la décision de l'Arcep n° 2014-0733 du 26 juin 2014, « La mutualisation des réseaux FttH atteint globalement 53% du parc des logements éligibles au FttH », p.37

²²³ Avis Arcep, p. 20 (VNC : p. 19).

²²⁴ Réponse des parties en date du 19 août aux questions complémentaires en date du 7 août, question 13 p.12.

²²⁵ Décision de la Commission européenne M.7018, *Telefonica Deutschland/E-Plus* du 2 juillet 2014 §1068.

²²⁶ Voir par exemple la 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*, §26 ou la décision n° 07-D-39 du conseil de la concurrence, §109.

détail, un concurrent relevant d'ailleurs que « *la commercialisation du THD au même prix que le HD a été considéré comme un moyen nécessaire au lancement de la fibre optique* »²²⁷.

340. Par ailleurs, les coûts variables relatifs à la fourniture d'un accès très haut débit supportés par les différents opérateurs sont principalement constitués²²⁸ :
- des coûts liés à l'acquisition d'un nouveau client, à savoir : le coût lié à la fourniture d'un décodeur, le coût éventuel de raccordement de l'abonné, les coûts marketing et de rémunération des canaux de distribution ;
 - des coûts liés à la fourniture du service (interconnexion, liens data, service TV) et à la relation client (service après-vente, facturation).
341. Comme indiqué ci-dessus, le nouvel ensemble jouira d'un avantage en termes de délais et d'intervention technique pour l'activation des abonnements sur câble (raccordement palier), beaucoup plus rapides et moins contraignants que pour l'activation d'abonnements FttH. En revanche, les éléments au dossier n'ont pas fait ressortir d'écarts de coûts variables d'une ampleur telle que le nouvel ensemble serait en mesure de financer des remises sur ses offres 4P non-réplicables par ses concurrents.
342. En second lieu, dans les zones où les concurrents ne disposent d'aucune infrastructure très haut débit, les concurrents n'auront aucune possibilité technique de répliquer les offres de la nouvelle entité.
343. Une telle stratégie n'aura pas d'impact majeur sur le marché de la téléphonie mobile, les données recueillies par l'instruction permettant d'estimer que les offres couplées du nouvel ensemble dans cette zone concernent entre 5 et 8 % des abonnés mobiles²²⁹. Il apparaît donc que la nouvelle entité n'aura pas la capacité d'évincer ses concurrents sur le marché de la téléphonie mobile en s'appuyant sur sa position sur le très haut débit fixe. En revanche, sur le marché de l'accès à internet, et en particulier sur le segment du très haut débit, l'avance dont bénéficie la nouvelle entité couplée à la capacité accrue de commercialisation des offres très haut débit sur câble sous la marque SFR est de nature à permettre à la nouvelle entité de préempter une partie importante de la clientèle sur ce marché.
344. Le risque de préemption découle des différents éléments détaillés dans les développements ci-dessus consacrés aux effets verticaux de l'opération.
345. S'agissant des effets congloméraux, le couplage que pourra pratiquer la nouvelle entité sera de nature à renforcer les effets verticaux. En effet, les offres de type 4P permettent de réduire fortement le taux de churn des clients puisque la résiliation d'une offre de couplage est généralement plus complexe et peut générer des coûts importants pour les clients lorsque les deux services sont inclus dans un contrat unique. En outre, même en cas de maintien de deux contrats distincts, le comportement de résiliation est modifié du fait de la remise de couplage comme le précise Bouygues Telecom : « *les remises de couplage ont pour effet d'élever les coûts de sortie, car en cas de résiliation d'une des deux composantes de l'offre le client perd ces remises ou avantages, en plus de supporter l'ensemble des autres coûts de sortie.* »²³⁰ Ainsi, pour SFR, le taux de churn de ses clients ayant uniquement un abonnement mobile est de [...] % et celui de ses abonnés internet seul de [...] %. En revanche, le taux de churn des

²²⁷ Réponse de Free à la question 29.

²²⁸ Réponses du 19 août aux questions en date du 7 août et réponse en date du 21 août aux questions en date du 21 août.

²²⁹ [Confidentiel].

²³⁰ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 170.

abonnés couplant internet et mobile n'est plus que d'environ [...] %²³¹. Ces ordres de grandeurs sont également confirmés par les réponses des concurrents²³².

346. La pratique d'offres couplées par la nouvelle entité est donc susceptible de réduire encore davantage la base de clientèle que les concurrents peuvent espérer conquérir en investissant dans l'extension de la couverture de leur réseau FttH. Du fait de cet effet congloméral, l'opération est de nature à rendre plus risqués ces investissements et pourrait décourager l'engagement de certains opérateurs dans le déploiement, ce qui entraînerait une dégradation durable sur leur capacité à reproduire les offres couplées de la nouvelle entité. Ainsi, Bouygues Telecom estime à propos des effets des offres couplées sur le marché de l'accès internet que « *la nouvelle entité sera pendant plusieurs années la seule à pouvoir adresser quasi-immédiatement 8,5 millions de foyer en THD (...). Elle aura tout intérêt à profiter de cet avantage pour capter le maximum de clients avant que les autres opérateurs n'aient le temps de déployer car la préemption d'une grande partie du marché lui permettra d'augmenter les coûts de ses concurrents et donc de réduire fortement leur capacité à la concurrencer* »²³³. Orange partage cette analyse et indique qu'« *il peut être craint que si les offres de couplages étaient désormais pratiquées sur le réseau câblé de Numericable, les coûts d'acquisition pour les opérateurs concurrents le soient aussi substantiellement (notamment pour les offres THD). Dans la zone câble THD non équipée de réseaux FttH, la fluidité du marché risque au surplus d'être atteinte pour une longue durée* »²³⁴.
347. L'opération entraîne donc une atteinte à la concurrence sur les marchés de l'accès à internet haut et très haut débit et de la téléphonie mobile par le biais d'effets congloméraux.

b) Effets congloméraux entre les marchés de l'accès à internet et les marchés de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte

i. La Réunion

348. L'opération aboutit au renforcement de la nouvelle entité tant sur le marché de la téléphonie mobile où elle détiendra une part de marché de [60-70] % (+[10-20] % du fait de l'opération) que sur la fourniture d'accès à internet avec [30-40] % du marché (+[10-20] %). L'opération renforce donc la présence du nouvel ensemble sur deux marchés dont la connexité pourrait lui permettre d'exploiter un effet de levier. La nouvelle entité pourrait proposer des offres liant téléphonie mobile et accès internet, à l'image des forfaits proposés par Outremer Telecom et Mobius.
349. Il convient donc de déterminer si une telle stratégie pourrait permettre à la nouvelle entité d'exploiter sa position importante sur la téléphonie mobile et/ou sur l'accès internet pour verrouiller une partie importante de la clientèle, voire accroître ses parts de marché en particulier sur le marché de l'accès à internet.
350. Pour ce faire, il convient d'examiner l'incitation de la nouvelle entité à pratiquer ce type de couplage et sa capacité à évincer ses concurrents de ce fait. Il convient en particulier d'examiner si les concurrents seront capables de reproduire la stratégie de la nouvelle entité.

²³¹ Réponse aux questions complémentaires en date du 18 juillet 2014, question 3.

²³² Réponses des concurrents au « Questionnaire 4P » en date du 18 juillet 2014.

²³³ Réponse de Bouygues Telecom au test de marché de phase 1, question 174.

²³⁴ Réponse d'Orange au test de marché de phase 1, question 170.

Incitation à pratiquer des offres de couplage

351. La plupart des foyers réunionnais équipés en accès à internet dispose d'au moins un forfait mobile. Une part importante de la clientèle pourrait donc être intéressée par des ventes couplées. Il ressort toutefois de l'instruction qu'environ [...] % des abonnements mobile sont des forfaits prépayés²³⁵ qui ne permettent pas de construire des offres couplées avec un abonnement internet. Cependant, d'après les informations fournies par les parties, il apparaît que cette proportion tend à se réduire. L'Arcep estime également qu'« *il semble toutefois probable que, dans un avenir proche, et comme en métropole, un développement plus généralisé des offres de convergence fixe-mobile se réalise, tel que cela a été le cas en métropole* »²³⁶.
352. Par ailleurs, s'agissant de SRR, la partie notifiante a déclaré que « *du fait de sa position sur le marché, SRR s'interdit d'utiliser ses bases clients mobiles au profit du développement de l'ADSL. SRR n'a non seulement jamais effectué ce type d'étude, mais de façon plus structurelle les SI des deux activités n'ont aucun point commun et SRR ne dispose pas des moyens techniques de rapprocher les données clients mobile avec ceux de l'ADSL* »²³⁷. Toutefois, au-delà des différences de systèmes informatiques, la partie notifiante ne fait valoir aucun obstacle susceptible de l'empêcher véritablement d'exploiter ses bases d'abonnés respectives pour procéder à des ventes couplées. En outre, son choix stratégique consistant à s'abstenir d'utiliser ses bases de clients mobile pour développer l'ADSL ne l'empêche pas de proposer au marché des offres couplant un accès à internet et une offre mobile. De plus, ses choix stratégiques actuels restent parfaitement réversibles.
353. En outre, avant l'opération, SRR et Mediaserv étaient toutes deux contrôlées par Vivendi, de sorte que SRR n'était pas incité à mettre en œuvre une stratégie qui aurait pu nuire au développement de Mediaserv en augmentant la fidélité des clients SRR par le biais d'offres couplées. La partie notifiante estime elle-même subir une forte pression concurrentielle de la part de la nouvelle offre de Mediaserv (CanalBox)²³⁸, appréciation qui a été corroborée par l'instruction comme expliqué dans les développements précédents concernant le marché de la fourniture de détail d'accès à internet. Ainsi, à l'issue de l'opération, la nouvelle entité devrait désormais être incitée à développer des offres couplées pour résister à la progression de Mediaserv sur le marché de l'accès internet.
354. Ceci est d'autant plus vraisemblable qu'Altice était le seul groupe, préalablement à l'opération, à proposer ce type d'offres couplées : ainsi Outremer Telecom et Mobius commercialisent depuis juin 2014 une nouvelle offre couplant forfait mobile et accès internet. Il ne peut donc être exclu que la nouvelle entité décide d'étendre ce type d'offres à l'ensemble de sa clientèle à l'issue de l'opération.

Capacité à verrouiller le marché

355. La capacité pour la nouvelle entité à verrouiller le marché grâce à une stratégie de couplage entre les abonnements mobile et internet dépend de la capacité des concurrents à reproduire une telle stratégie.

²³⁵ Réponse en date du 7 août aux questions complémentaires du 10 juillet 2014 sur la téléphonie fixe, la téléphonie mobile et la convergence fixe-mobile, question 8.

²³⁶ Avis de l'Arcep p. 69 (VNC : p. 63).

²³⁷ Réponse en date du 7 août aux questions complémentaires du 10 juillet 2014 sur la téléphonie fixe, la téléphonie mobile et la convergence fixe-mobile, question 7.

²³⁸ Voir Annexe Q32 « Proximité concurrentielle des parties sur le marché de détail de l'accès internet à destination de la clientèle résidentielle à La Réunion, Compass Lexecon.

356. Au cas présent, seul Orange intervient sur les deux marchés et serait en mesure de reproduire de telles offres. Toutefois, il n'est pas assuré que l'opérateur mette en œuvre une telle stratégie. Orange considère en effet que *« l'opération pose un problème congloméral puisque la nouvelle entité est la seule à pouvoir proposer des offres associant internet et téléphonie mobile. A l'issue de cette opération se posera toujours pour Orange la question de savoir si elle peut riposter à de telles offres alors que l'ensemble des opérateurs du marché ne sont pas en situation de le faire »*²³⁹. L'adoption, par Orange, d'une stratégie de couplage conduirait à la bipolarisation du marché réunionnais, avec d'un côté deux opérateurs de taille équivalente pratiquant des offres liant la téléphonie mobile et l'accès internet, et de l'autre deux acteurs beaucoup plus petit (Zeop et Mediaserv) présents uniquement sur le marché de l'accès à internet.
357. En effet, aucun des opérateurs de la frange concurrentielle (Zeop et Mediaserv) ne dispose de licence mobile. Ils ne pourront donc pas proposer d'offres associant accès internet et téléphonie mobile pour riposter à la commercialisation de telles offres par les parties. En particulier, même si le développement de Mediaserv peut être davantage attendu sur le segment des offres 3P du marché de l'accès à internet grâce à l'attractivité de ses services de télévision payante, sa progression pourrait être freinée à l'issue de l'opération si une partie importante de la clientèle réunionnaise adressable devenait faiblement contestable du fait des offres couplées du nouvel ensemble. L'effet serait encore plus important sur Zeop, qui ne dispose pas d'avantage particulier sur les offres de télévision.
358. Compte tenu des avantages tirés de sa position importante sur le marché de la téléphonie mobile, la nouvelle entité aura donc intérêt à mener une stratégie, en vue de favoriser ses activités sur le marché de l'accès à internet, sans réplique possible de la frange concurrentielle. La mise en œuvre de cette stratégie aurait alors pour effet de verrouiller une partie importante de clientèle internet et mobile à La Réunion.
359. De la même manière, l'Arcep relève que l'opération conduit à structurer les marchés concernés autour de deux catégories d'opérateurs :
- une première catégorie, représentant [80-90] % du marché, constituée d'Orange et du nouvel ensemble, seuls opérateurs en mesure de commercialiser des offres quadruple play ;
 - une seconde catégorie, regroupant une faible part du marché, constituée de Mediaserv et Zeop, sans capacité de téléphonie mobile.
360. Pour le régulateur, *« compte tenu de l'appétence des clients finals pour les offres multiservices, de la taille des deux opérateurs de la première catégorie (Orange et le groupement SRR/Outremer Telecom/Mobius) sur le marché du haut et du très haut débit fixe et de la possibilité pour ces derniers de coupler leurs offres fixes avec des offres mobiles, il apparaît que ces opérateurs disposent d'une force significative de marché par rapport aux acteurs de la seconde catégorie. En effet, leur double activité d'opérateur fixe et d'opérateur mobile leur permet de rapprocher les deux marchés pour maintenir ou renforcer leur part de marché actuelle : réduction des coûts d'acquisition, renforcement de l'attractivité des offres couplées par rapport aux offres non-couplées, fidélisation possible »*²⁴⁰.
361. L'Arcep en déduit que, *« par conséquent, il est probable que cette situation conduise à une diminution de la dynamique concurrentielle du marché fixe et mobile, d'une part en raison de*

²³⁹ PV d'audition d'Orange, question 28.

²⁴⁰ Avis Arcep, p. 71 (VNC : p. 64).

la disparition de l'opérateur mobile le plus agressif sur le plan tarifaire et d'autre part, si les opérateurs purement fixes (2^e catégorie) ne disposent pas de la taille suffisante ni de la capacité à répliquer, en ce qui concerne leur composante mobile, les offres des acteurs de la première catégorie »²⁴¹.

362. Il en résulte que l'opération portera atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux sur les marchés de détail de la téléphonie mobile et de l'accès à internet à La Réunion.

ii. Mayotte

363. A Mayotte, à l'issue de l'opération, la nouvelle entité se renforce de manière très importante sur le marché de la téléphonie mobile avec une part de marché estimée à [90-100] % (+[30-40] % du fait de l'opération) et de manière très limitée sur le marché de l'accès à internet (parts de marché estimé à [10-20] %, +[0-5] %).

364. Compte tenu de la présence du nouvel ensemble sur deux marchés dont la connexité pourrait lui permettre d'exploiter un effet de levier à partir de sa position de quasi-monopole sur le marché de la téléphonie mobile, la nouvelle entité pourrait envisager de proposer des offres liant téléphonie mobile et accès internet, à l'image des forfaits proposés à ce jour par Outremer Telecom. De telles offres permettraient à la nouvelle entité de se développer sur le marché de l'accès à internet et de limiter la capacité d'Orange à se développer sur le marché de la téléphonie mobile voire à le marginaliser.

365. La position de la nouvelle entité lui est particulièrement favorable à cet égard car, comme l'indique l'Arcep dans son avis, « *compte tenu de la couverture très limitée à ce jour de la boucle locale de cuivre sur le département de Mayotte et de l'absence de boucle locale alternative, la taille du marché du haut et du très haut débit fixe reste limitée en comparaison du marché mobile. En conséquence, il apparaît que la force d'un opérateur fixe-mobile s'apprécie sur ce marché majoritairement au regard de sa part de marché sur le segment mobile* »²⁴². Il apparaît ainsi que l'effet de levier résultant d'une stratégie d'offre couplée entre l'accès internet et la téléphonie mobile sera particulièrement important pour la nouvelle entité qui pourra s'appuyer sur sa base d'abonnés mobile qui représente la très grande majorité du marché.

366. Ainsi, compte tenu de l'asymétrie qui existe entre Orange et la nouvelle entité, une telle pratique aurait pour effet de réduire encore la dynamique concurrentielle sur le marché de la téléphonie mobile.

367. Il en résulte que l'opération portera atteinte à la concurrence par le biais d'effets congloméraux sur les marchés de détail de la téléphonie mobile et de l'accès à internet à Mayotte.

C. EFFETS DE L'OPÉRATION SUR LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION D'ACCÈS INTERNET

368. Les activités des parties concernant la distribution d'accès à internet se chevauchent en métropole (1) et à La Réunion et à Mayotte (2).

²⁴¹ *Id.*

²⁴² *Avis de l'Arcep, p. 72 (VNC : p. 65).*

1. EN MÉTROPOLE

369. En métropole, les différents opérateurs réalisent, dans des proportions variables, une partie significative de leurs ventes en dehors de leur réseau de distribution physique.

Métropole	% des ventes canal physique	dont boutiques monomarkes	% des ventes à distance (internet et téléphone)
Orange	[60-70] %	[50-60] %	[30-40] %
Free	[5-10] %	[5-10] %	[90-100] %
Bouygues Telecom	[40-50] %	[30-40] %	[50-60] %
NC	[20-30] %	[20-30] %	[70-80] %
SFR	[50-60] %	[40-50] %	[40-50] %

370. Il en ressort ainsi que Numericable réalise la grande majorité de ses ventes à distance. La proportion des ventes à distance de SFR est moindre, mais reste très significative.
371. Toutefois, la distribution physique joue un rôle croissant pour la distribution d'accès à internet, en raison de la maturité du marché. Ainsi, un opérateur tel que Free, qui s'est initialement développé sans réseau de distribution physique, investit désormais dans ce canal de distribution. Ce changement stratégique s'explique dans la mesure où « *lorsqu'un marché est en pleine croissance, la souscription par internet était suffisante pour recruter de nouveaux abonnés. Maintenant, pour continuer à gagner des parts de marché, le rôle des commerciaux dans les boutiques est important pour inciter un client à changer d'opérateur ou lui vendre un service supplémentaire* »²⁴³.
372. Le rôle croissant de la distribution physique est également lié à la complexité technique croissante des offres. Free indique à cet égard que « *le fait de disposer d'un réseau important de boutiques permet de renforcer considérablement le démarchage des clients par rapport à une simple offre en ligne. à mesure que la complexité des produits proposés augmente* »²⁴⁴. De la même manière, Orange estime que « *les boutiques sont une vitrine pour représenter une offre aux consommateurs, et pour les expliquer. Elles sont particulièrement sollicitées pour les offres complexes de convergence ou les offres nécessitant une installation avec prise de rendez vous (ADSL), des travaux (FTTH) ou un paramétrage (terminal mobile)* »²⁴⁵.
373. Il s'ensuit que l'importance croissante des réseaux de distribution physique est fonction de deux facteurs : (i) la nécessité de disposer d'un réseau de distribution physique suffisant pour adresser la partie de la demande rétive à l'achat à distance et inciter les abonnés à changer d'opérateurs et (ii) l'augmentation des besoins de conseils, qui résulte de l'accroissement de la complexité des offres. La concurrence qui s'exerce entre les réseaux physiques des opérateurs s'analyse donc davantage comme une concurrence en qualité et en services qu'une concurrence par les prix. Il ressort en effet de l'instruction que les boutiques des différents opérateurs ne disposent d'aucune marge de manœuvre tarifaire au niveau local. Ce constat est valable pour les parties comme pour leurs concurrents.
374. Par conséquent, la détention d'un réseau de distribution physique suffisamment dense au niveau local et maillant l'ensemble du territoire national est un vecteur important de conquête

²⁴³ PV d'audition de Free, question 1.

²⁴⁴ Id., question 3.

²⁴⁵ PV d'audition d'Orange, question 7.

de clients, en particulier s'agissant de produits innovants comme l'accès internet très haut débit.

375. Au niveau national, sur la base des données de ventes brutes, la nouvelle entité détiendra à l'issue de l'opération une part de marché estimée à [30-40] % (+[5-10] % du fait de l'opération) sur le segment résidentiel. Sur le segment professionnel, la part de marché de la nouvelle entité est estimée à [0-5] % en nombre de ventes brutes.
376. La partie notifiante n'a pas été en mesure d'estimer la part de marché de ses concurrents en termes de ventes brutes. Il convient donc d'examiner les effets de l'opération sur la base des réseaux de distribution des parties et de leurs concurrents :

	Nombre de boutiques monomarque	% des ventes réalisées en boutiques monomarkes	PDM en nombre de boutiques (intégrées + monomarkes)
SFR	[...] (dont [...] intégrées) ²⁴⁶	[40-50] %	[10-20] %
Numericable	[...] (dont [...] intégrées)	[20-30] %	[5-10] %
Nouvelle entité	[...] (dont [...] intégrées)	--	[30-40] %
Orange	[...] (dont [...] boutiques intégrées)	[50-60] %	[40-50] %
Bouygues Télécom	[...] (dont [...] intégrées)	[30-40] %	[20-30] %
Free	[...]	[5-10] %	[0-5] %
Total	2 680 ²⁴⁷	--	100 %

377. Au niveau national, le nouvel ensemble disposera donc de [30-40] % des boutiques monomarque en métropole. Au niveau local, l'opération aboutit à un renforcement important de la nouvelle entité sur 12 communes où elle détiendra des parts de marché supérieures à 35 %. Néanmoins, dans la mesure où les parts de marché de la nouvelle entité restent inférieures à 50 % sur ces communes et compte tenu de l'absence de concurrence en prix au niveau local, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur ce marché au niveau local.
378. Ces chiffres sous-estiment toutefois les conséquences de l'opération au niveau national. En effet, SFR a conclu le [confidentiel] avec La Poste un contrat de distribution [confidentiel]²⁴⁸.

²⁴⁶ Sans tenir compte des bureaux de poste.

²⁴⁷ Hors boutiques des MVNO.

²⁴⁸ Annexe Q66 : Contrat de services de communications électroniques, et réponse du 27 juin aux questions complémentaires du 23 juin sur la distribution d'offres d'accès à internet.

379. Il convient donc d'apprécier si les bureaux de poste disposent d'une autonomie commerciale vis-à-vis de SFR pour évaluer la pertinence de leur prise en compte au titre de l'analyse concurrentielle et de l'appréciation du pouvoir de marché de la nouvelle entité sur ce marché²⁴⁹. [Confidentiel]²⁵⁰²⁵¹²⁵²²⁵³. Les points de vente de La Poste distribuant les offres SFR ne disposent donc d'aucune autonomie commerciale et doivent donc être pris en compte dans l'analyse du pouvoir de marché de la nouvelle entité.
380. En particulier, il n'est pas exclu que ce contrat de distribution puisse être étendu de manière quasi-automatique aux offres très haut débit sur le réseau câblé, [confidentiel]²⁵⁴²⁵⁵.
381. Par ailleurs, [confidentiel]²⁵⁶²⁵⁷.
382. Ainsi, l'opération conduit à un renforcement important du réseau de distribution de la nouvelle entité qui lui permettra en particulier de commercialiser les offres d'accès à internet très haut débit sur le réseau câblé dans un nombre considérable de points de vente (points de vente SFR et bureaux de poste dans la zone câblée). En intégrant les bureaux de poste actuellement utilisés par SFR, le nouvel ensemble représenterait [60-70] % des points de vente monomarkes en métropole²⁵⁸.
383. L'accroissement du réseau du nouvel ensemble et son accès exclusif au réseau des bureaux de poste aura un effet significatif sur la capacité de commercialisation des offres des parties, et en particulier celles de Numericable, en lui donnant accès à un réseau sans équivalent. Ainsi, Bouygues Telecom relève notamment que « *le nouvel ensemble Numericable-SFR ira beaucoup plus loin dans son maillage territorial. Cela pose un problème si La Poste, qui a actuellement plusieurs accords avec SFR, était en mesure de distribuer les offres THD de Numericable après l'opération. Le maillage local de l'ensemble SFR-Numericable-La Poste est particulièrement important* »²⁵⁹.
384. La distribution d'offres par le biais des bureaux de poste est en outre non répliquable par les concurrents, dans la mesure où le nombre des bureaux de poste utilisés par SFR est équivalent au total des boutiques monomarkes de l'ensemble des opérateurs. Compte tenu des clauses d'exclusivité liant La Poste à SFR, ce dernier détenant par ailleurs le contrôle conjoint de La Poste Mobile, le maillage territorial des parties ne pourra pas être répliqué par ses concurrents.
385. L'opération est par conséquent susceptible de soulever un problème de concurrence sur le marché de la distribution d'accès internet dans la mesure où la nouvelle entité aura la capacité

²⁴⁹ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, points 633 et suivants : « [...] l'appréciation du pouvoir de marché d'un groupe de distribution, aux fins de procéder à l'analyse des effets anticoncurrentiels d'une opération de concentration réalisée entre deux réseaux de distribution [...] exige la prise en compte de tous les magasins adhérents des réseaux, dès lors que leur politique commerciale n'est pas suffisamment autonome. »

²⁵⁰ Article 4bis du contrat de services

²⁵¹ Article 11 du contrat de services

²⁵² Article 5 du contrat de service.

²⁵³ Article 7 du contrat de services.

²⁵⁴ Article 1 – Définition du contrat de services.

²⁵⁵ Article 4.1. du contrat de services de communications électronique.

²⁵⁶ Protocole d'accord entre SFR et LPT en date du [confidentiel].

²⁵⁷ Préambule du protocole d'accord.

²⁵⁸ A savoir [confidentiel].

²⁵⁹ PV d'audition de Bouygues Telecom, question 2.

à distribuer une offre très haut débit que les concurrents ne pourront pas répliquer à court terme dans un nombre de points de vente inégalé.

2. A LA RÉUNION ET MAYOTTE

386. Contrairement au marché métropolitain, les opérateurs présents dans l’Océan Indien réalisent la très grande majorité de leurs ventes en points de vente physiques :

Réunion	% des ventes canal physique	dont boutiques monomarkes	% des ventes à distance (internet et téléphone)
Orange	[70-80] %	[70-80] %	[20-30] %
Mediaserv	Environ [80-90] % ²⁶⁰	Environ [5-10] %	environ [5-10] %
ZEOP	[60-70] %	[60-70] %	[30-40] %
Altice	[80-90] %	[70-80] %	[10-20] %
SRR	[80-90] %	[80-90] %	[10-20] %

387. L'intégralité des ventes des opérateurs se fait en points de vente physique à Mayotte. Les réseaux de distribution physique jouent donc un rôle déterminant pour la commercialisation d'offres d'accès à internet à La Réunion et à Mayotte.

388. Le tableau suivant résume les réseaux de distribution dont dispose les parties à l'opération et leurs concurrents à La Réunion et Mayotte :

Nombre de boutiques	La Réunion	Mayotte
SRR	29	18
Altice	24	8
Total	53	26
Orange	10	5
Mediaserv	9	-
Zeop	2	-
Indépendants	Environ 10	-
Total boutiques	84	31

389. Par ailleurs, la partie notifiante n'a pas été en mesure d'estimer la part de marché de la nouvelle entité sur la base du nombre de ventes brutes. A La Réunion, la nouvelle entité détiendra donc une part de marché évaluée en nombre de boutiques à [60-70] %. Au niveau local, le chevauchement d'activité concerne 14 villes où la part de marché de la nouvelle entité varie entre [60-70] % et [90-100] %, l'opération entraînant un incrément significatif de parts de marché :

²⁶⁰ Mediaserv réalise une part limitée de ses ventes en boutiques, contrairement aux autres opérateurs à La Réunion. Toutefois, il s'appuie également sur un modèle de distribution physique original puisque l'essentiel de ses ventes sont réalisées directement à domicile ou encore sur les foires et salons.

Villes	OMT	Mobius	SRR	Nvle entité	Orange	Mediaserv	Zeop
Le Port	[20-30] %	[10-20] %	[30-40] %	[70-80] %	[10-20] %	[10-20] %	[10-20] %
Le Tampon	[50-60] %	-	[50-60] %	[90-100] %	-	-	-
Saint André	[30-40] %	-	[50-60] %	[80-90] %	[10-20] %	-	-
Saint Benoit	[30-40] %	-	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %	-	-
Sainte Clotilde	[10-20] %	-	[50-60] %	[60-70] %	[30-40] %	-	-
Saint Denis	[20-30] %	-	[50-60] %	[70-80] %	[20-30] %	-	-
Saint Gilles	[50-60] %	-	[50-60] %	[90-100] %	-	-	-
Saint Joseph	[50-60] %	-	[50-60] %	[90-100] %	-	-	-
Saint Leu	[50-60] %	-	[50-60] %	[90-100] %	-	-	-
Saint Louis	[50-60] %	-	[50-60] %	[90-100] %	-	-	-
Sainte Marie	[50-60] %	-	[50-60] %	[90-100] %	-	-	-
Saint Paul	[30-40] %	-	[50-60] %	[80-90] %	[10-20] %	-	-
Saint Pierre	[30-40] %	-	[30-40] %	[70-80] %	[20-30] %	-	-
Sainte Suzanne	[30-40] %	-	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %	-	-

390. A Mayotte, la nouvelle entité détiendra une part de marché évaluée en nombre de boutiques à [80-90] %. Au niveau local, le chevauchement d'activité concerne 4 villes où la part de marché de la nouvelle entité est de [90-100] % :

Villes	OTM	SRR	Nvle entité	Orange
Mamoudzou	[40-50] %	[50-60] %	[90-100] %	-
Abattoir	[50-60] %	[50-60] %	[90-100] %	-
Kaweni	[30-40] %	[60-70] %	[90-100] %	-
Tsingoni	[50-60] %	[30-40] %	[90-100] %	-

391. L'opération conduit donc à une consolidation des marchés de la distribution réunionnais et mahorais en éliminant, dans ces deux territoires, la principale source d'interaction concurrentielle. En effet, à La Réunion les filiales d'Altice exploitent le seul réseau de distribution de taille équivalente à celui de SRR. La concentration entraînera ainsi une réduction très significative du nombre d'offres alternatives locaux pour les consommateurs, qui seront confrontés à un monopole à [confidentiel] à l'issue de l'opération. Ailleurs, les consommateurs ne disposeront que de deux offres, Orange représentant toutefois une part de marché au mieux deux fois moins importante. La seule exception sera Le Port, où les parties feront face à la concurrence de points de vente d'Orange, Mediaserv et Zeop. Ces trois opérateurs ne représenteront toutefois ensemble qu'un quart des boutiques de la ville, la nouvelle entité regroupant [70-80] % de l'offre.

392. L'effet de l'opération est encore plus important à Mayotte, où la nouvelle entité ne sera plus confrontée qu'à la concurrence du réseau de distribution d'Orange, [...] fois moins important que celui des parties. La nouvelle entité jouira ainsi d'un monopole dans chaque ville où l'opération entraîne un chevauchement d'activité.
393. Compte tenu de l'importance de la distribution des offres d'accès à internet en boutiques à La Réunion et à Mayotte, et du renforcement important de la nouvelle entité à l'issue de l'opération, l'opération portera atteinte à la concurrence sur ces marchés.

D. EFFETS DE L'OPÉRATION SUR LES MARCHÉS DES SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS FIXES SPÉCIFIQUES ENTREPRISES, HORS TÉLÉPHONIE FIXE

394. Après une présentation des opérateurs actifs sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques aux entreprises (1), la présente section analyse les effets horizontaux (2), verticaux (3) et congloméraux de l'opération (4).

1. PRÉSENTATION DES OPÉRATEURS

395. Trois types d'opérateurs animent la concurrence sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques aux entreprises.
396. Premièrement, les opérateurs généralistes, qui interviennent tant sur les marchés des offres grand public que sur celui des offres destinées spécifiquement aux entreprises, forment une grande partie de l'offre.
397. Orange, l'opérateur historique, dispose d'une position particulière sur ce marché. L'Arcep relève qu'Orange jouit d'une réputation de fiabilité et de réactivité très importante auprès des entreprises. Grâce à la boucle locale de cuivre déployée en situation de monopole, à son réseau de fibre optique très capillaire, à son intégration verticale et à sa capacité d'investissement, Orange est l'acteur de référence sur le marché. En s'appuyant sur sa propre infrastructure, Orange est capable de répondre aux besoins de tous les segments, jusqu'aux demandes les plus complexes ou à forte tendance internationale des grands comptes²⁶¹. Orange est perçu comme l'opérateur de détail fournissant l'offre de services la plus qualitative mais aussi la plus onéreuse²⁶².
398. SFR et Altice, via sa filiale Completel, disposent de réseaux fixes capillaires, initialement déployés pour fournir des services généralistes et progressivement étendus pour répondre aux besoins spécifiques du marché non-résidentiel. Ils détiennent par ailleurs un réseau en fibre optique dédiée couvrant les principales communes françaises. Ces infrastructures leur permettent désormais d'être présents sur l'ensemble des segments de marché au niveau national²⁶³.

²⁶¹ Arcep, *Quatrième cycle d'analyse des marchés 4, 5 et 6, Marchés pertinents du haut et du très haut débit, Bilan et perspectives, consultation publique ouverte du 4 juillet au 16 septembre 2013*, p.49.

²⁶² Réponse de CNAMTS à la question 15 du test de marché de phase II ; PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014.

²⁶³ Arcep, *Quatrième cycle d'analyse des marchés 4, 5 et 6, Marchés pertinents du haut et du très haut débit, Bilan et perspectives, consultation publique ouverte du 4 juillet au 16 septembre 2013*, p.49.

399. Numericable indique ainsi dans son document d'introduction en bourse que « *la combinaison par le Groupe de 80 MAN*²⁶⁴ [couvrant les principaux centres d'affaires en France] *et de réseaux DSL lui confère un avantage technologique majeur sur le marché B2B, permettant au Groupe de fournir des produits et des services personnalisés à des prix compétitifs et avec des marges plus importantes* »²⁶⁵. Quant à SFR, il indique sur son site internet couvrir tout le territoire en très haut débit et que plus de 70 % des entreprises de plus de 20 salariés sont éligibles à la fibre optique²⁶⁶.
400. Altice a un positionnement tarifaire agressif sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises²⁶⁷. SFR propose une offre de services un peu plus onéreuse (en deçà, toutefois, des prix pratiqués par Orange) mais perçue comme plus qualitative que celle d'Altice, dont le taux de churn est plus important (Completel subissant un taux de churn de [...] % en 2013 contre [...] % pour SFR²⁶⁸). Altice et SFR sont perçus comme des concurrents proches par les concurrents et les clients²⁶⁹.
401. Bouygues Telecom, est entré plus récemment sur les marchés fixes, grand public et entreprises. Il a dégroupé un nombre de NRA significatif, aussi bien en ADSL qu'en SDSL et est capable (contrairement aux opérateurs d'infrastructure présents uniquement sur la clientèle résidentielle) de proposer, à partir de ces infrastructures, des accès cuivre aux entreprises avec GTR. L'empreinte du réseau de Bouygues Telecom est comparable à celle du réseau d'Altice. En revanche, cet acteur ne déploie que très peu d'infrastructures optiques en propre. Bouygues Telecom est présent exclusivement sur le marché de détail.
402. Deuxièmement, plusieurs opérateurs spécialisés dans les offres à destination des entreprises (Colt, Verizon, etc.) ont déployé leur infrastructure (grâce au dégroupage pour la boucle locale de cuivre ou en déployant leur propre réseau d'accès en fibre optique) dans les zones les plus denses et s'appuient, dans le reste du territoire, sur les produits de gros d'autres opérateurs pour compléter leurs offres. La couverture géographique de leurs déploiements est plus limitée que celle de SFR ou d'Altice/Completel. Leur cœur de cible est également plus limité et correspond à des clients dont la couverture géographique est restreinte (par exemple grandes agglomérations, DOM, zones aéroportuaires), des entreprises internationales et multinationales et des grands comptes.
403. Troisièmement, enfin, des opérateurs spécialisés ne disposant pas d'infrastructure interviennent également sur le marché. Ces opérateurs sont soit des grands groupes internationaux (BT France, ATT) soit des opérateurs de niche purement nationaux. Les premiers ont une activité internationale et leur présence en France vise principalement à compléter leur offre à destination de la clientèle des multinationales. Ils se concentrent donc sur les contrats des clients multi-sites internationaux et ont une activité très limitée à

²⁶⁴ MAN (Metropolitan Area Networks) : réseau qui interconnecte des ordinateurs dans la même zone urbaine.

²⁶⁵ Document d'introduction en bourse de Numericable Group, page 65.

²⁶⁶ <http://www.sfrbusinesssteam.fr/a-propos-de/le-reseau-sfr/fibre-optique/index.jsp>.

²⁶⁷ Voir notamment réponse d'Adista à la question 213 du test de marché de phase I ; réponse de Bouygues Telecom à la question 212 du test de marché de phase I ; PV d'audition de Colt du 15 juillet 2014 ; PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014.

²⁶⁸ Réponse des parties du 25 août 2014.

²⁶⁹ Voir notamment réponses de Futur Telecom, Keyyo, Orange, British Telecom, Colt, Coriolis, Adista et Covage aux questions 39 et 40 du test de marché de phase II ; réponses d'Auchan, EDF, Lidl, Kiloutou, KPMG, Sipperec, Real Not, SNCF, Volkswagen, Paris Habitat et Boulanger aux questions 15 et 16 du test de marché de phase II ; réponses de BPCE, CNAV, CGHDS, Eurovia, Ministère de l'écologie, Ministère de la justice, Veolia, Vinci, Spie, Service des achats de l'Etat, Vinci Energies, IT-CE et Casino à la question 16 du test de marché de phase II.

destination des clients purement nationaux. Les seconds recouvrent des opérateurs de très petite taille (chiffre d'affaires inférieur à quelques millions d'euros par an) positionnés sur le bas de marché (principalement sur la clientèle des très petites entreprises et des professionnels dont les besoins sont comparables à ceux des clients résidentiels – marché distinct du marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises). Parmi les opérateurs de niche, Adista apparaît être le seul à avoir développé une activité significative à la fois sur le bas et le haut de marché. Adista couvre l'ensemble du territoire (réseau de 21 agences) et connaît une croissance significative et régulière au cours des 7 dernières années²⁷⁰.

2. EFFETS HORIZONTAUX

404. L'analyse des effets horizontaux porte sur les marchés de gros des services de capacité (a) et de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises (b), sur lesquels l'opération porte atteinte à la concurrence.

a) Marchés de gros des services de capacité

i. Marché de gros des services de capacité sur le segment terminal

405. Les parties n'interviennent sur ce marché qu'en métropole. Après avoir rappelé la réglementation sectorielle applicable, les développements qui suivent analysent la position des parties et des concurrents, le pouvoir de négociation des clients et les barrières à l'entrée, avant de conclure sur les effets de l'opération.

Présentation de la réglementation sectorielle

406. La décision de l'Arcep n° 2014-0735 du 26 juin 2014 a modifié le cadre réglementaire applicable au marché de gros des services de capacité sur le segment terminal et allégé les obligations tarifaires imposées à Orange. En particulier, dans les zones où la concurrence est « effective » selon le régulateur, Orange n'aura plus aucune obligation de tarification reflétant les coûts.

407. L'Arcep procède à présent à une application différenciée des obligations imposées à Orange en fonction du territoire. L'entrée en vigueur de ces modifications interviendra à compter du 1^{er} janvier 2015.

408. S'agissant des offres de gros activées sur cuivre, l'Arcep retient trois zones géographiques différenciées en fonction de l'ancienneté du dégroupage des opérateurs alternatifs :

- une première zone géographique dite « zone cuivre 1 », correspondant à l'ensemble des zones arrière de NRA dégroupés avec GTR 4h, depuis au moins 7 ans, par au moins un opérateur tiers qui propose une offre alternative aux offres *bitstream* cuivre spécifiques entreprises d'Orange. Sur cette zone, l'Arcep introduit une dérégulation sous forme de levée des obligations tarifaires imposées à Orange ;
- une deuxième zone géographique dite « zone cuivre 2 », correspondant à l'ensemble des zones arrière de NRA dégroupés avec GTR, depuis moins de 7 ans, par au moins un opérateur tiers qui propose une offre alternative aux offres *bitstream* cuivre spécifiques entreprises d'Orange. Dans cette zone où Orange n'est plus le seul opérateur proposant

²⁷⁰ PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014.

des offres de *bitstream* cuivre spécifiques entreprises, mais où il convient de préserver les possibilités d'amortissement des investissements consentis par les opérateurs alternatifs, Orange ne doit pas pratiquer des « tarifs d'éviction » ;

- une troisième zone géographique dite « *zone cuivre 3* », correspond à l'ensemble des zones arrière de NRA où Orange est le seul opérateur à proposer des offres de *bitstream* cuivre spécifiques entreprises. Sur cette zone, Orange aura l'obligation de pratiquer une tarification reflétant les coûts.
409. S'agissant des offres de gros activées sur BLOD, l'Arcep prévoit la création de deux zones différenciées selon trois critères relatifs au degré d'animation concurrentielle : la densité des établissements professionnels, le nombre d'accès activés vendus sur le marché de détail et la présence des opérateurs alternatifs dans la commercialisation de ces accès :
- une première zone géographique dite « *zone fibre optique dédiée 1* » où la concurrence par les infrastructures a atteint un degré satisfaisant pour l'Arcep et l'encadrement tarifaire des offres d'Orange sur le marché de gros est levé ;
 - une seconde zone géographique, dite « *zone fibre optique dédiée 2* » où la pression concurrentielle exercée sur Orange est insuffisante selon l'Arcep en raison d'un déploiement d'infrastructures alternatives plus limité que dans la première zone. Dans cette zone, l'Arcep maintient de l'encadrement tarifaire mis en place lors des précédents cycles d'analyse de marché (Orange ne doit pas pratiquer de « tarifs d'éviction ») et impose également une obligation de « non-excessivité » des tarifs pratiqués.

Position des parties et des concurrents

410. Au niveau national, l'incrément de parts de marché qu'entraîne l'opération est faible (inférieur à [0-5] % selon les estimations de l'Arcep), la part de marché cumulée des parties ne dépassant pas [20-30] %, quel que soit le marché considéré (marché global, marché des offres de gros sur cuivre et marché des offres de gros sur BLOD). En outre, le test de marché a révélé qu'Altice était peu encline à se développer sur le marché de gros, notamment pour ne pas nuire à ses activités de détail, et proposait ainsi des offres de gros peu compétitives²⁷¹.
411. Au niveau local, en revanche, l'opération réduira significativement le nombre d'opérateurs disposant d'une infrastructure dans certaines zones. L'analyse ci-dessous se concentre sur les zones les plus critiques, à savoir celles où le nombre d'opérateurs disposant d'une infrastructure passera de 4 à 3 et de 3 à 2.

◆ Marché des offres de gros sur cuivre

412. **Zones de passage de 3 à 2 opérateurs.** Concernant le marché des offres de gros sur cuivre, SFR/SFR Collectivités et Altice sont les seuls dégroupés d'accès avec GTR, et donc les seuls concurrents d'Orange, sur [...] NRA.
413. La partie notifiante fait valoir que Bouygues Telecom a lancé un vaste programme de dégroupage de NRA et devrait être en mesure de couvrir rapidement ces [...] NRA. Bouygues Telecom serait donc un concurrent potentiel d'Orange et des parties, susceptible de remettre en cause à court terme leur pouvoir de marché sur ces NRA.

²⁷¹ Voir notamment réponse d'Adista à la question 269 du test de marché de phase I ; réponse de Colt à la question 238 du test de marché de phase I ; PV d'audition de Colt du 15 juillet 2014 ; PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014 ; PV d'audition de la FIRIP du 8 août 2014 ; réponse de Coriolis à la question 214 du test de marché de phase I.

414. Toutefois, l'instruction a montré que lorsque Bouygues Telecom avait dégroupé des NRA, elle n'était pas présente sur le marché de gros et réservait ces NRA pour ses seuls besoins sur le marché de détail²⁷². En outre, Bouygues Telecom a indiqué dans le cadre du test de marché qu'elle n'entrerait pas sur le marché de gros (dans les zones où elle dispose d'infrastructures) dans l'hypothèse d'une hausse de prix comprise entre 5 % et 10 %. L'arrivée à court terme de Bouygues Telecom sur le marché de gros au niveau des [...] NRA où Orange et la nouvelle entité sont en situation de duopole paraît donc peu probable.
415. **Zones de passage de 4 à 3 opérateurs.** SFR/SFR Collectivités et Altice ne sont confrontées qu'à la concurrence d'un seul dégroupé alternatif (en plus d'Orange) sur [...] NRA.
416. [...] et [...] sont le 4^{ème} opérateur dans [90-100] % des cas (respectivement [...] et [...] NRA en commun avec les parties). [...] et [...] ne génèrent toutefois aucune pression concurrentielle sur les parties dans la mesure où elles réservent leurs infrastructures pour leurs offres de détail et ne sont pas présentes sur le marché de gros. Sur ces zones, Orange et la nouvelle entité seront donc de fait là aussi en situation de duopole.
417. Dans [0-10] % des cas, le dégroupé alternatif est [...], qui est un opérateur de RIP. Or, comme le souligne l'avis de l'Arcep, les opérateurs de RIP continueront d'être offreurs après l'opération sans que celle-ci n'emporte *a priori* de conséquences sur leurs politiques tarifaires. Le positionnement tarifaire des opérateurs de RIP est en effet encadré par les collectivités publiques : les collectivités approuvent les tarifs proposés par les opérateurs de RIP et contrôlent *a posteriori* régulièrement l'application de ces tarifs par le délégataire dans le cadre d'audits²⁷³.
418. En outre, les prix pratiqués par les parties n'apparaissent pas être un référent pertinent utilisé pour construire les tarifs des RIP. En effet, les tarifs des opérateurs de RIP sont construits sur les tarifs pratiqués par Orange et les tarifs proposés par les autres RIP dans les autres zones (les tarifs des RIP étant publics) dans le but pour la collectivité de proposer des tarifs concurrentiels rendant son territoire attractif pour les entreprises²⁷⁴. Covage a ainsi indiqué lors de son audition que ses RIP, situés en zone moins dense, proposaient des tarifs comparables à Orange en zone très concurrentielle (zone O1, correspondant aux 20 communes les plus denses), et donc significativement inférieurs aux tarifs pratiqués par Orange en zone moins dense, avec en outre des conditions techniques meilleures que les offres d'Orange en zone O1²⁷⁵.
419. Par ailleurs, l'Arcep peut également intervenir pour régler un différend portant sur les négociations entre un opérateur de RIP et un opérateur de détail ou sur l'exécution d'une convention d'interconnexion ou d'accès à un réseau. Dans ce cas, l'Arcep précise les conditions équitables, d'ordre technique et financier, dans lesquelles l'interconnexion ou l'accès doivent être assurés²⁷⁶. L'ensemble des opérateurs devrait donc avoir accès aux

²⁷² L'Arcep ne fait pas apparaître Bouygues Telecom parmi les opérateurs de gros. Les clients sur le marché de gros ne mentionnent pas non plus Bouygues Telecom comme opérateur de gros. Bouygues Telecom a également confirmé ne pas être présente sur le marché de gros.

²⁷³ Voir notamment réponses de Covage et Orange à la question 15 du test de marché de phase II ; réponse de Celeste à la question 16 du test de marché de phase II.

²⁷⁴ Voir notamment réponse de Covage à la question 16 du test de marché de phase II ; réponse de Celeste à la question 17 du test de marché de phase II ; PV d'audition de Covage du 28 août 2014.

²⁷⁵ PV d'audition de Covage du 28 août 2014.

²⁷⁶ En vertu de l'article L. 36-8 du code des postes et des communications électroniques, l'Arcep peut être saisie d'un différend entre deux parties « en cas de refus d'accès ou d'interconnexion, d'échec des négociations commerciales ou de désaccord sur la conclusion ou l'exécution d'une convention d'interconnexion ou d'accès à un réseau de communication

prestations offertes par les opérateurs de RIP dans des conditions techniques et tarifaires identiques et équitables. Le test de marché a également mis en évidence que les opérateurs de RIP avaient un positionnement tarifaire généralement agressif par rapport aux opérateurs privés, permis notamment par la possibilité de pratiquer des prix ne reflétant pas les coûts (subventions des collectivités autorisées)²⁷⁷. Il ressort également de l’instruction que les opérateurs de RIP adoptent une politique tarifaire nationale, indépendante du niveau de concurrence sur la zone concernée²⁷⁸.

420. Le positionnement tarifaire des RIP ne devrait donc pas évoluer sensiblement du fait de l’opération, les RIP subissant une contrainte concurrentielle limitée des parties préalablement à l’opération.
421. D’un point de vue qualitatif, le test de marché a fait ressortir que les offres des RIP étaient très compétitives et permettaient de construire des offres compétitives sur le marché de détail²⁷⁹. Un acteur comme Adista se fonde en grande partie sur l’offre des RIP et construit son offre de détail avec l’appui de 78 RIP²⁸⁰.
422. Il résulte de ce qui précède que la nouvelle entité sera en situation de duopole local avec Orange dans un nombre important de territoires sur le marché des offres de gros sur cuivre : (i) [...] zones arrières de NRA où Orange et la nouvelle entité seront les seuls opérateurs à disposer d’infrastructures et (ii) [...] zones arrières de NRA où un opérateur alternatif dispose d’infrastructures qu’il utilise exclusivement pour construire ses propres offres de détail sans proposer d’offres sur le marché de gros. Dans ces zones, l’opération est donc susceptible de porter atteinte à la concurrence du fait de la disparition de la pression concurrentielle qu’entraîne l’opération et des éléments développés ci-dessous. En revanche, pour les zones de passage de 4 à 3 où un opérateur de RIP sera le troisième opérateur à l’issue de l’opération, cet opérateur devrait exercer une concurrence suffisante pour lever toute préoccupation de concurrence.

◆ Marché des offres de gros sur BLOD

423. **Zones de passage de 3 à 2 opérateurs.** Concernant le marché des offres de gros sur BLOD, SFR/SFR Collectivités et Altice sont les seuls opérateurs, en plus d’Orange, ayant déployé une BLOD dans [...] communes²⁸¹.
424. La partie notifiante fait valoir que dans [...] de ces communes²⁸², la présence de SFR Collectivités, la filiale de SFR opérateur de RIP, constitue un gage de concurrence, dès lors que ses tarifs sont approuvés par les collectivités locales.

électroniques (...). Sa décision est motivée et précise les conditions équitables, d’ordre technique et financier, dans lesquelles l’interconnexion ou l’accès doivent être assurés ».

²⁷⁷ Voir notamment réponses de Celeste, Kevyo et Futur Telecom aux questions 13 et 14 du test de marché de phase II ; réponse d’Orange à la question 34 que questionnaire complémentaire adressé à Orange suite à son audition.

²⁷⁸ PV d’audition de Covage du 28 août 2014, réponses de Colt aux questions 16 et 17 du test de marché de phase II.

²⁷⁹ Voir notamment réponses de Covage, Kevyo et Celeste aux questions 21 et 22 du test de marché de phase II ; PV d’audition d’Adista du 17 juillet 2014.

²⁸⁰ PV d’audition d’Adista du 17 juillet 2014.

²⁸¹ Sur la base des informations communiquées par l’Arcep attestant de la situation du marché au 30 juin 2014 (opérateurs ayant déclaré la vente d’accès auprès de l’Arcep). L’Arcep avait fourni une première liste attestant la situation du marché au 31 décembre 2013. La validité de cette liste ayant été contestée par la partie notifiante, l’Arcep a fourni à l’Autorité de la concurrence une deuxième version de sa liste actualisée à la date du 30 juin 2014.

²⁸² [Confidentiel].

425. Cet argument doit être écarté. Les tiers interrogés dans le cadre du test de marché ont en effet souligné que SFR Collectivités pratiquait des prix sensiblement plus élevés que les autres opérateurs de RIP, en dépit du contrôle assuré par les collectivités locales. Les tiers ont également indiqué que SFR Collectivités était utilisée pour servir les intérêts de SFR, qui représente près de [...] % de ses débouchés sur le marché entreprises, et n’agissait pas comme un opérateur indépendant sur le marché.
426. La partie notifiante souligne également que la pression concurrentielle exercée par les parties sur Orange est plus faible dans [...] des [...] communes concernées au motif que les parties détiennent un nombre de liens BLOD inférieur ou égal à [...] dans ces communes. La partie notifiante ne précise toutefois pas les raisons qui l’ont conduit à retenir ce seuil, qui n’est par ailleurs pas utilisé par l’Arcep, ni n’en justifie la pertinence. Il n’en demeure pas moins que les parties sont la seule alternative en liens BLOD à Orange dans ces communes et donc la seule source de pression concurrentielle. Ces communes doivent donc bien être prises en compte au titre de l’analyse des effets horizontaux sur le marché de gros.
427. **Zones de passage de 4 à 3 opérateurs.** SFR/SFR Collectivités et Altice sont confrontées à la concurrence d’un seul opérateur en plus d’Orange dans [...] communes supplémentaires.
428. Dans [...] % des cas ([...] communes), le 4^{ème} opérateur sera un RIP, l’opération ne soulevant alors pas de difficultés de concurrence, pour les raisons exposées ci-dessus.
429. De même, pour les [...] % cas restants où le 4^{ème} opérateur est un opérateur privé présent sur le marché de gros, les parties exercent, avant l’opération, une pression concurrentielle limitée (part de marché cumulée des parties de [10-20] % au niveau national, [10-20] % pour SFR et [0-5] % pour Altice), à la différence de leurs concurrents qui ont une politique dynamique sur le marché de gros et n’ont pas la possibilité comme les parties de rentabiliser leur infrastructure uniquement avec le marché de détail. Colt vend ainsi plus de 50 % de ses accès sur le marché de gros²⁸³. Verizon vend pour sa part plus de 30 % de ses accès en gros²⁸⁴. De plus, dans ces zones où la concurrence sur le marché de détail est plus forte, Completel rechigne plus spécialement à proposer des offres, pour ne pas nuire à ses activités de détail, ce qu’ont confirmé les opérateurs interrogés au cours de l’instruction²⁸⁵.
430. Les tiers et l’Arcep considèrent par ailleurs que ces zones sont concurrentielles, leurs inquiétudes se limitant aux zones où la nouvelle entité et Orange seront en situation de duopole à l’issue de l’opération²⁸⁶. ATT relève à cet égard que « *le segment de la fibre a de nombreux acteurs (...). Il est relativement fluide et concurrentiel. Les parties devront rester compétitives et nous ne prévoyons pas d’augmentation de prix sur ce segment* »²⁸⁷. Certains opérateurs de détail ont même souligné au contraire le risque que dans ces zones où ils ont développé leurs propres infrastructures (exclusivement pour servir le marché de détail), la fin de l’encadrement tarifaire d’Orange conduite à une baisse des prix dans le but de freiner l’expansion des BLOD concurrentes existantes²⁸⁸.

²⁸³ Réponses de Colt aux questions 206 et 262 au test de marché de phase I.

²⁸⁴ Décision de l’Arcep n° 2014-0735 du 26 juin 2014.

²⁸⁵ Voir, par exemple, le PV d’audition de Covage du 28 août 2014 ; PV d’audition d’Adista du 17 juillet 2014.

²⁸⁶ Avis Arcep, p. 50 (VNC : p. 46) ; voir notamment réponses de Colt, British Telecom et ATT au test de marché de phase I.

²⁸⁷ Réponse d’ATT à la question 270 au test de marché de phase I.

²⁸⁸ Réponse de Celeste à la question 2 du test de marché de phase II.

431. Par conséquent, l'opération est donc susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché des offres de gros sur BLOD uniquement dans les zones de passage de 3 à 2 opérateurs.

Analyse du pouvoir de négociation des clients

432. Les clients sur le marché de gros des services de capacité sur le segment terminal disposent d'un pouvoir de négociation limité.
433. Premièrement, les clients sont également des concurrents des parties sur le marché de détail. Comme cela ressort de leur part de marché limitée au niveau national – [20-30] % sur le marché des offres de gros sur cuivre ([20-30] % pour SFR et [0-5] % pour Altice) et [10-20] % sur le marché des offres de gros sur BLOD ([10-20] % pour SFR et [0-5] % pour Altice) -- SFR et Altice (en particulier Altice) sont peu enclines à proposer des offres de gros sur le marché des services de capacité. Les parties sont en revanche incitées à contrôler l'attractivité de leurs offres de gros et limiter la marge de manœuvre commerciale des opérateurs clients sur le marché de détail. Telle est la position de Numericable dans son document d'introduction en bourse, qui précise que « [Numericable] *est propriétaire d'une proportion élevée de son réseau (boucle locale, anneaux MAN et backbone), ce qui, en complément du niveau important de ses investissements réseaux passés lui confère un avantage de coûts par rapport aux autres opérateurs alternatifs concurrents, qui doivent s'appuyer, dans une certaine mesure, sur les réseaux ou la technologie d'autres opérateurs afin de fournir leurs services. Le fait d'être propriétaire d'une proportion élevée de son réseau permet au Groupe de contrôler ses coûts, de déterminer les dépenses d'investissement supplémentaires les plus rentables et de générer des marges plus importantes. Afin de reproduire cette structure de coûts, les autres opérateurs devraient construire leurs propres réseaux et donc procéder à des investissements très coûteux et risqués* »²⁸⁹.
434. Ensuite, les opérateurs concurrents d'Orange et des parties, en raison de leur faible taille sur le marché de détail (voir ci-dessous), ont des besoins relativement limités en accès cuivre ou BLOD (en comparaison des besoins internes des parties) qui ne sont pas de nature à leur conférer un pouvoir de négociation important à l'égard des parties.
435. Enfin, comme la partie notifiante le souligne dans la notification, les acheteurs sur le marché de gros des prestations du segment terminal encourent un coût de changement de fournisseur élevé, ce qui réduit encore leur pouvoir de négociation²⁹⁰. En effet, ces offres supposent des volumes de commandes importants sur un même nœud de livraison afin de couvrir les coûts fixes générés par le raccordement depuis un point de présence du client (l'opérateur client a donc intérêt à concentrer le plus grand nombre possible d'accès sur le nœud de livraison d'un opérateur fournisseur pour dégager des économies d'échelle) ainsi que les coûts internes financiers et humains générés lors de la mise en service (mobilisation d'équipes de techniciens, tests techniques, coûts de système d'information). Par ailleurs, un changement d'opérateur sur une zone donnée présente des risques techniques et opérationnels (coupure, dégradation de la qualité de service, etc.).

Analyse des barrières à l'entrée

436. L'entrée sur le marché implique de développer une infrastructure, cuivre ou BLOD.

²⁸⁹ Numericable, [Document d'introduction en bourse](#), 2013, p.63.

²⁹⁰ Notification, point 520,

437. S'agissant du marché des offres de gros sur cuivre, malgré l'obligation réglementaire pesant sur Orange d'ouvrir son réseau local au dégroupage, le déploiement d'un réseau de collecte pour le dégroupage au niveau d'un NRA reste onéreux. Par exemple, le coût propre de collecte correspondant au dégroupage d'un NRA s'élève à plusieurs dizaines voire centaines de milliers d'euros, dans un réseau qui en comporte près de 16 000²⁹¹. Les barrières à l'entrée sont aussi dues au caractère nécessairement progressif de ce déploiement (en fonction du développement sur le marché de détail), qui ne peut s'effectuer à grande échelle que sur plusieurs années. Enfin, elles sont renforcées par le poids des économies d'échelle qui confèrent un avantage certain en termes de coût aux plus gros opérateurs²⁹².
438. Ainsi, la dynamique de dégroupage s'est considérablement ralentie au cours des dernières années. [Confidentiel]²⁹³.
439. De manière générale, le dégroupage des NRA est réalisé par les opérateurs mixtes (visant à la fois les clientèles résidentielle et professionnelle), qui équipent en cartes SDSL des NRA initialement dégroupés pour adresser le segment résidentiel. L'Arcep constate ainsi que « *la dynamique de dégroupage s'est essoufflée chez les opérateurs intervenant uniquement sur le segment professionnel* »²⁹⁴. Le test de marché a également mis en exergue l'incapacité des opérateurs spécialisés à procéder au dégroupage de nouveaux NRA. British Telecom indique ainsi que « *les opérateurs uniquement présents sur le marché « entreprise » ne bénéficient pas des mêmes économies d'échelle que les opérateurs qui interviennent sur le marché résidentiel leur permettant de justifier le dégroupage des NRA. Le coût du dégroupage n'est pas rentable en raison du faible nombre de clients « entreprise » adressé par un NRA donné. Les rares opérateurs « entreprise » ayant empruntés cette voie ont stoppé depuis longtemps leur déploiement* »²⁹⁵.
440. De la même manière, pour la fibre optique, malgré l'obligation réglementaire pesant sur Orange de donner accès à ses infrastructures de génie civil, le déploiement d'un réseau de fibre optique dédiée est extrêmement onéreux et ne peut s'inscrire que dans une stratégie de développement à long terme. Les investissements s'élèvent en effet à [...] par rue et de [...] par immeuble, étant précisé que chaque extension d'un réseau fibre est réalisé pour le compte d'un seul client (fibre dédiée)²⁹⁶.
441. Or, les opérateurs alternatifs à Orange et aux parties sur le marché de détail n'ont qu'une part de marché limitée et ne réalisent pas d'économies d'échelle suffisantes pour déployer de manière rentable des BLOD ayant une étendue géographique comparable à celle d'Orange et des parties. L'Autorité de la concurrence a pris acte de cette situation dans son avis n° 14-A-06 du 15 avril 2014 en indiquant que « *le développement de la concurrence passe pour les opérateurs alternatifs par l'« échelle des investissements »*. *Au départ, les nouveaux opérateurs n'ont que des parts de marché limitées et ne peuvent donc investir dans des infrastructures qui représentent des coûts importants (...)* *Ils ne peuvent donc exercer qu'une*

²⁹¹ Décision de l'Arcep n° 2014-0735 du 26 juin 2014 ; voir également réponse de Colt à la question 238 du test de marché de phase I.

²⁹² *Id.*

²⁹³ Réponse des parties aux questions de l'Autorité de la concurrence du 4 août 2014.

²⁹⁴ Voir notamment réponse de Colt à la question 240 du test de marché de phase I.

²⁹⁵ Réponse de British Telecom à la question 5 du test de marché de phase II. Voir également autres réponses des concurrents au test de marché de phase de phase II (section Généralités et question 24).

²⁹⁶ Projet de décision de l'Arcep du 19 février 2014 portant sur la définition des marchés pertinents de gros des services de capacité (marché 6), sur la désignation d'opérateurs exerçant une influence significative sur ces marchés et sur les obligations imposées à ce titre, page 88.

concurrence par les services, qui passe par la fourniture d'offres de gros « activées » par l'opérateur dominant » (§12).

442. Dans le même sens, le dossier de notification fait ressortir que le déploiement de BLOD d'opérateurs alternatifs connaît un ralentissement voire une stagnation. Le test de marché a également fait ressortir l'incapacité des opérateurs spécialisés à déployer de nouvelles BLOD²⁹⁷. Covage a enfin indiqué dans le cadre de son audition que les investissements en BLOD des opérateurs privés étaient à l'arrêt depuis 15 ans²⁹⁸.
443. Par ailleurs, l'importance des coûts de changement de fournisseurs pour les clients, relevée ci-dessus, constitue un frein important au développement sur le marché de gros des services de capacité sur le segment terminal.
444. Il résulte de ce qui précède que les barrières à l'entrée sur le marché de gros des services de capacité sur le segment terminal sont importantes, sur le marché des offres de gros sur cuivre comme sur celui des offres de gros sur BLOD.

Effets de l'opération

445. La nouvelle entité sera en situation de duopole local avec Orange dans un nombre important de territoires (aussi bien pour les offres de gros sur cuivre que pour les offres de gros sur BLOD) : (i) [...] zones arrières de NRA où Orange et la nouvelle entité seront les seuls opérateurs à disposer d'infrastructures, (ii) [...] zones arrières de NRA où un opérateur alternatif dispose d'infrastructures utilisées exclusivement pour construire ses offres de détail et n'est pas présent sur le marché de gros, et (iii) [...] communes où Orange et la nouvelle entité seront les seules à avoir déployé des BLOD.
446. Il est donc à craindre que la nouvelle entité et Orange augmentent leurs prix à l'issue de l'opération, crainte qui est largement ressortie du test de marché²⁹⁹. Certains opérateurs (Colt, Adista et British Telecom notamment) ont même pointé le risque que la nouvelle entité se retire du marché de gros pour se concentrer sur le marché de détail, retrait qui se situerait dans la suite logique de la politique actuellement menée par Completel³⁰⁰.
447. L'incitation de la nouvelle entité à augmenter ses prix sera d'autant plus forte que ses clients sont également des concurrents sur le marché de détail. La nouvelle entité aura donc intérêt à renchérir les coûts de ses concurrents sur le marché de détail. Ce risque a déjà été identifié par l'Autorité de la concurrence dans son avis n° 11-A-05 du 8 mars 2011 :

« Certes, la concurrence par les infrastructures peut conduire à l'émergence spontanée d'un marché de gros permettant à des acteurs sans réseau d'exercer une concurrence par les services. Mais, dans un marché oligopolistique, les opérateurs n'ont pas nécessairement intérêt à fournir des offres de gros à des tiers, car si ces offres permettent à court terme de générer des revenus supplémentaires, elles conduisent à long terme à une intensification de la concurrence sur le marché de détail et par voie de conséquence sur le marché de gros ».

²⁹⁷ *Id.*

²⁹⁸ *PV d'audition de Covage du 28 août.*

²⁹⁹ *Réponses de Futur Telecom, Coriolis et Keyvo à la question 24 du test de marché de phase II.*

³⁰⁰ *Voir notamment réponse de British Telecom à la question 210 du test de marché de phase I ; PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014 ; PV d'audition de Colt du 15 juillet ; réponses des concurrents aux questions 24 et 27 du test de marché de phase II.*

448. Dans le même sens, les répondants au test de marché ont fait valoir que l'opération risquait d'inciter le nouvel ensemble à augmenter ses prix de gros pour favoriser ses activités aval. Les clients des parties sur le marché de gros dénoncent en outre la réduction de l'offre qu'entraîne l'opération et le risque de dégradation des services et de la qualité³⁰¹. Par ailleurs, les tiers interrogés dans le cadre du test de marché ont indiqué de manière générale que les prix de SFR étaient significativement inférieurs à ceux pratiqués par Orange³⁰² (aussi bien sur le cuivre que la fibre optique, Orange indique elle-même que les prix pratiqués par les parties sont inférieurs d'au moins 20 %³⁰³), ce qui laisse donc une marge de manœuvre importante à la nouvelle entité pour augmenter ses prix. L'obligation imposée à Orange par la régulation sectorielle de publier une offre de référence technique et tarifaire d'accès à son réseau facilitera d'ailleurs le positionnement tarifaire de la nouvelle entité qui pourra ainsi aisément ajuster ses prix en fonction d'Orange.
449. Orange, pour sa part, applique des tarifs de gros différents en fonction de zones géographiques. Pour les offres de gros sur cuivre, Orange a défini deux zones : (i) la zone C1 qui correspond à la zone dégroupée par SFR et (ii) la zone C2 qui couvre le reste du territoire. Pour les offres de gros sur BLOD, Orange retient trois zones : la zone O1 qui correspond aux 20 communes les plus denses de France (et les plus concurrentielles), la zone O2 qui correspond à 1 800 communes (où SFR et/ou Altice sont quasiment les seuls opérateurs privés présents) et la zone O3 qui correspond au reste du territoire. Or, les prix pratiqués sur ces zones augmentent au fur et à mesure que la pression concurrentielle diminue. Dans l'hypothèse d'une baisse de la pression concurrentielle de la nouvelle entité à l'issue de l'opération, il est donc probable qu'Orange ajuste ses tarifs à la hausse. A cet égard, Orange a clairement indiqué dans le cadre du test de marché que dans les zones où les obligations tarifaires seront allégées (à partir du 1^{er} janvier 2015, dans les zones où la concurrence est « effective » selon l'Arcep, Orange n'aura notamment plus aucune obligation de tarification reflétant les coûts), elle adaptera le tarif de ses offres au jeu concurrentiel. British Telecom a indiqué dans le même sens que « *la levée des contraintes tarifaires d'Orange sur certaines communes pour l'optique ou zones arrière de NRA pour le cuivre laisse à Orange toute flexibilité pour mener une politique tarifaire d'éviction sur le marché de gros par une augmentation des prix entraînant l'éviction de ses concurrents sur le marché de détail* »³⁰⁴.
450. Aucun contrepouvoir ne semble enfin de nature à contrebalancer le pouvoir de marché d'Orange et de la nouvelle entité. Les clients sont en effet concurrents d'Orange et des parties sur le marché de détail et les coûts de changement d'opérateurs sont élevés. Leur marge de négociation est donc limitée (cf. ci-dessus) et les clients n'apparaissent pas capables de constituer un contrepouvoir significatif. De plus, les barrières à l'entrée sur le marché sont importantes, rendant peu probable l'arrivée de nouveaux acteurs sur le marché, de sorte que le pouvoir de marché des parties n'est pas susceptible d'être remis en cause à court terme du fait de la concurrence potentielle.
451. Enfin, contrairement à ce que soutient la partie notifiante, le développement des boucles locales optiques mutualisées (« BLOM ») ne devrait pas modifier à court terme l'équilibre

³⁰¹ Voir le PV d'audition de Covage du 28 août 2014 ; les réponses de British Telecom aux questions 24 et 27 du test de marché de phase II ; la réponse de Coriolis à la question 24 du test de marché de phase II ; la réponse du Sipperec à la question 14 du test de marché de phase II.

³⁰² Voir notamment réponse de British Telecom à la question 270 du test de marché de phase I ; PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014 ; PV d'audition de Colt du 15 juillet ; réponses de Futur Telecom, British Telecom, Colt et Kevyo aux questions 11 et 12 du test de marché de phase II.

³⁰³ Réponses d'Orange aux questions 11 et 13 du test de marché de phase II.

³⁰⁴ Réponse de British Telecom à la question 2 du test de marché de phase II.

concurrentiel sur le marché de gros des services de capacité. A ce jour, comme l'Arcep l'a souligné dans sa décision n° 2014-0735 du 26 juin 2014, il n'existe aucune offre de détail sur BLOM destinée au marché « entreprises » alors qu'il existe une offre d'Orange à destination des petites entreprises et professionnels (dont les besoins sont similaires à la clientèle résidentielle et qui ne sont pas inclus dans le marché entreprises) depuis 2011. Le développement d'une offre de gros sur BLOM paraît donc peu probable à court terme, d'autant qu'elle nécessiterait des investissements supplémentaires pour permettre de servir la clientèle entreprises et garantir le même niveau de service que pour les accès cuivre avec GTR et les accès BLOD (notamment inclure une GTR en cas de panne).

ii. Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain intraterritorial

452. Les activités des parties se chevauchent uniquement en métropole où elles détiennent une part de marché cumulée de [10-20] % ([10-20] % pour SFR et [0-5] % pour Altice). Les parties n'ont pas été en mesure de fournir des parts de marché pour leurs concurrents.
453. Toutefois, lors de son 3^{ème} cycle d'analyse des marchés pertinents, l'Arcep a souligné que les opérateurs alternatifs (à Orange) avait majoritairement développé leur réseau de collecte et que certains de ces opérateurs étaient en mesure de fournir des prestations sur le marché de gros des prestations de segment interurbain intraterritorial³⁰⁵.
454. L'Arcep a également considéré que les barrières à l'entrée sur le marché de gros des prestations du segment interurbain semblaient limitées en raison de la disponibilité de capacités passives sur les principales routes, le long des autoroutes par exemple. Pour l'Arcep, c'est en effet à partir de services supports déployés par les grandes industries de réseau (infrastructures électriques, autoroutières et ferroviaires) que la plupart des opérateurs alternatifs ont déployé des capacités interurbaines.
455. L'Arcep souligne enfin que certaines collectivités locales ont également mené, notamment par le biais de délégations de service public, des projets de déploiements de réseaux de collecte en fibre optique sur leurs territoires, visant à raccorder les NRA du réseau de boucle locale cuivre ainsi qu'à desservir les zones d'activité.
456. Dans sa décision n° 2014-0735 du 26 juin 2014, l'Arcep a indiqué que la situation concurrentielle n'avait pas significativement évolué sur ce marché³⁰⁶.
457. Le test de marché a également confirmé que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain intraterritorial.

iii. Marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain interterritorial

458. Depuis avril 2012, SRR est en mesure de fournir des prestations de gros du segment interurbain interterritorial, compte tenu de sa participation au consortium LION 2 avec Orange pour un câble sous-marin permettant de relier Mayotte à La Réunion et à la métropole. Les deux opérateurs sont en mesure de fournir des offres de capacité sur la partie sous-marine du câble, SRR disposant d'une capacité de [...] STM-1 et Orange, d'une capacité de [...] STM-1. SRR n'a toutefois commercialisé aucune offre à ce jour.
459. Altice (Outremer Telecom) intervient sur ce marché uniquement en tant que demandeur. Outremer Telecom a conclu des contrats IRU et loue des capacités sur les câbles sous-marins

³⁰⁵ Décision de l'Arcep n° 2010-0402 du 8 avril 2010.

³⁰⁶ Décision de l'Arcep n° 2014-0735 du 26 juin 2014.

de fibres optiques auprès d'Orange pour un coût annuel d'environ 240 000 euros. L'éventuelle réintégration de ce chiffre d'affaires au sein de la nouvelle entité aura donc une incidence limitée sur Orange, opérateur dominant sur le marché³⁰⁷.

460. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur le marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain interterritorial.

b) Marchés de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises

461. Les activités des parties sur le marché de détail des télécommunications fixes spécifiques aux entreprises se recoupent en métropole et à la Réunion.
462. A La Réunion, les activités des parties se chevauchent sur le seul segment des services de détail de capacité. Sur ce segment, la part de marché cumulée des parties s'élèvent à [20-30] %, l'opération entraînant un incrément de part de marché de [0-5] %. Orange restera l'opérateur dominant avec plus de 60 % du marché. Les répondants au test de marché ont en outre confirmé que SRR n'était pas ou très peu présente sur le marché.
463. L'opération n'entraîne donc que des effets limités sur le marché réunionnais de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises et n'entraîne pas de préoccupation concurrentielle sur ce territoire. Elle entraîne en revanche des effets horizontaux significatifs sur le marché métropolitain. Les développements ci-dessous comprennent une analyse des parts de marché et du positionnement des différents opérateurs, ainsi que des appels d'offres auxquels les parties ont participé.

i. Parts de marché et positionnement des opérateurs

Parts de marché

464. Le tableau ci-dessous reproduit les estimations de parts de marché en valeur fournies par la partie notifiante sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises en métropole.

	Orange	Altice	SFR	Nouvelle entité	Bouygues Telecom	Autres
2013	[70-80] %	[5-10] %	[10-20] %	[10-20] %	[0-5] %	[5-10] %
2012	[70-80] %	[5-10] %	[10-20] %	[10-20] %	[0-5] %	[5-10] %
2011	[70-80] %	[5-10] %	[10-20] %	[10-20] %	[0-5] %	[5-10] %
2010	[70-80] %	[0-5] %	[10-20] %	[10-20] %	[0-5] %	[5-10] %
2009	[70-80] %	[0-5] %	[5-10] %	[10-20] %	[0-5] %	[5-10] %

465. Toutefois, ces parts de marché ne permettent pas d'apprécier la position des différents opérateurs sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises. En effet, ces parts de marché intègrent la clientèle des professionnels et des entreprises ayant des besoins similaires aux clients résidentiels. Or, comme cela a été rappelé précédemment, cette clientèle ne fait pas partie du marché pertinent et doit être rattachée au

³⁰⁷ Décision de l'Autorité de la concurrence n°11-D-05 du 11 février 2011.

marché de détail des services de télécommunications fixes hors offres spécifiques aux entreprises.

466. Le tableau ci-dessous détaille les parts de marché des parties et de leurs concurrents sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises fournies par l'Arcep pour 2013.

	Orange	Altice	SFR	Nvle entité	BYT*	Colt**	Verizon**	Adista*	Autres
Accès cuivre GTR	[40-50] %	[10-20] %	[20-30]%	[40-50] %	[0-5] %	-	-	[0-5] %	[5-10] %
Accès BLOD	[40-50] %	[10-20] %	[10-20]%	[30-40] %	-	[5-10] %	[5-10] %	-	[5-10] %

* Intégré dans la colonne « Autres » pour les accès BLOD

** Intégré dans la colonne « Autres » pour les accès cuivre GTR

467. L'Arcep a indiqué ne pas disposer de données fiables pour les années 2009 à 2012. Elle a néanmoins communiqué le nombre d'accès cuivre avec GTR et BLOD vendus par les parties et Orange au premier trimestre 2014 et au dernier trimestre 2013. Ces données font apparaître que le nombre d'accès vendus par SFR et Altice a crû respectivement de [5-10] % et [5-10] % pour les accès cuivre et de [5-10] % et [5-10] % pour les accès BLOD contre -[0-5] % et [0-5] % pour Orange, laissant entrevoir une augmentation significative de parts de marché des parties au premier trimestre 2014³⁰⁸.

468. Il apparaît ainsi que la nouvelle entité disposera, à l'issue de l'opération, d'une position significative sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises, quel que ce soit le segment de marché envisagé. Il convient de souligner à cet égard que dans la mesure où les offres sur accès BLOD sont destinées essentiellement au haut de marché, les parts de marché sur le segment « accès BLOD » permettent également d'estimer les positions des parties sur ce seul marché.

469. Du fait de l'opération, la nouvelle entité composera un duopole relativement équilibré avec Orange, seul autre acteur important du marché. Ces deux entreprises représenteront, ensemble, environ [80-90] % du marché et ne feront face qu'à une frange concurrentielle morcelée, le premier concurrent représentant une part de marché sans commune mesure avec celle des parties (dans un rapport de 1 à [...] sur le cuivre et de 1 à [...] sur fibre optique).

Appréciation des rapports concurrentiels sur le marché

470. Sur le segment des accès cuivre avec GTR, Bouygues Telecom est le seul opérateur disposant d'infrastructures ayant une part de marché supérieure à [0-5] % ([0-5] % de part de marché). Bouygues Telecom recourt toutefois au marché de gros pour compléter qualitativement ses offres, en particulier pour les accès BLOD (destinés principalement au haut de marché), Bouygues ayant déployé très peu de boucles locales optiques. Pour Adista (acteur de taille comparable à Bouygues Telecom), Bouygues Telecom n'est par ailleurs pas considéré comme un concurrent crédible³⁰⁹. Adista, le cinquième opérateur du marché ([0-5] % de part de marché), est lui-même totalement dépendant des marchés de gros pour construire ses offres de détail.

³⁰⁸ Numericable a proposé une méthodologie alternative pour calculer les parts de marché en volume sur les segments des accès cuivre et des accès BLOD. Cette méthodologie a été soumise à l'Arcep, qui a considéré qu'elle ne permettait pas d'obtenir des parts de marché fiables.

³⁰⁹ PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014.

471. Sur le segment des accès BLOD, et par construction du haut de marché entreprises, les deux principaux concurrents alternatifs sont Verizon et Colt avec une part de marché d'environ [5-10] %. Toutefois, ces deux opérateurs sont présents uniquement dans les plus grandes métropoles (notamment Paris, Lyon et Marseille³¹⁰) et sont largement dépendants d'offres de gros pour le reste du territoire. De plus, Verizon et Colt (de même que British Telecom ou ATT, acteurs qui n'ont pas d'infrastructures en France) visent principalement (exclusivement pour British Telecom ou ATT³¹¹) les opérateurs internationaux (ayant des besoins dans plusieurs pays), les principaux clients pour lesquels ils sont compétitifs, grâce à leur réseau d'origine³¹². Ces opérateurs permettent de fournir aux clients une offre d'appoint en complément de celle proposée par les trois principaux opérateurs³¹³.
472. Les données d'appels d'offres fournies par Completel et SFR soulignent également la faible contrainte concurrentielle exercée par Verizon et Colt sur le marché :
- données Completel : de 2011 à 2014, Verizon et Colt ont répondu respectivement à [...] appels d'offres auxquels a participé Completel³¹⁴. Parmi ces [...] appels d'offres, sur les [...] où l'attributaire du marché a été identifié, il ne s'agissait jamais de Verizon ou Colt. De plus, les [...] appels d'offres auxquels Verizon a participé concernaient exclusivement des clients internationaux, [...] sur [...] pour Colt ;
 - données SFR : de 2011 à 2013, Verizon et Colt ont répondu respectivement à [...] appels d'offres auxquels a participé SFR³¹⁵. Ces appels d'offres visaient tous des clients internationaux pour Verizon, la majorité pour Colt ([...] des [...] appels d'offres auxquels Colt a participé visaient des clients de taille majeure avec une présence dans plus de [...] régions ou en Ile de France). Verizon en a remporté [...] et Colt [...].
473. Une grande partie des clients ayant répondu au test de marché ont également décrit un marché peu concurrentiel, en particulier pour les appels d'offres portant sur une volumétrie importante de sites répartis sur l'ensemble du territoire³¹⁶ ou les sites de province³¹⁷.
474. EDF souligne à cet égard que « *EDF-SA et ses filiales françaises hors RTE sont implantés, sur l'ensemble du territoire métropolitain + DOM-TOM, y compris dans des zones géographiques peu accessibles (Centrales nucléaires, barrages, ...) et de ce fait, peu de candidats peuvent actuellement répondre à nos besoins. Dans les faits, nous avons parfois des*

³¹⁰ Pour Lyon et Marseille, la couverture de Colt est toutefois très partielle (réponse de Colt à la question 265 du test de marché de phase I).

³¹¹ Réponses de British Telecom aux questions 2 et 212 du test de marché de phase I ; réponses d'ATT aux questions 209 et 211 du test de marché de phase I ; ATT considère d'ailleurs explicitement ne pas être en concurrence avec les parties (réponse 215).

³¹² Réponse de Colt à la question 43 du test de marché de phase I.

³¹³ Réponse d'Auchan à la question 8 du test de marché de phase II.

³¹⁴ Appels d'offres d'une valeur supérieure à 100 000 euros.

³¹⁵ Appels d'offres traités par les forces de vente interne de SFR Business Team pour des grands comptes.

³¹⁶ Réponses de Carrefour aux questions 7 et 9 du test de marché de phase II ; réponse de BPCE à la question 22 du test de marché de phase II ; réponses de Vinci Energies aux questions 4 et 9 du test de marché de phase II.

³¹⁷ Réponse de la Caisse des Dépôts à la question 10 du test de marché de phase II ; réponse de la Caisse des Dépôts à la question 21 du test de marché de phase II ; réponse de CNAMTS à la question 8 du test de marché de phase II ; réponse de la Direction Générale des Finances Publiques à la question 5 du test de marché de phase II ; réponses d'Eurovia, CNAV, CNAMTS, Carrefour, Kiloutou, KPMG, Ministère de l'écologie, Ministère de la justice, Région Alsace, Paris Habitat, Real Not, Sipperec, Région Alsace, Société Générale, IT-CE et CGHDS à la question 9 du test de marché de phase II ; réponses du Service des achats de l'Etat aux questions 8 et 9 du test de marché de phase II ; réponse de France Télévisions à la question 20 du test de marché de phase II.

retours de certains opérateurs, mais lorsque nous creusons, ils s'appuient sur les réseaux d'opérateurs tiers et ne peuvent pas nous proposer d'offre compétitive ou nous en proposent, mais n'arrivent pas, en phase d'exploitation, à tenir leur engagements, en terme de services »³¹⁸.

475. Le Sipperec décrit également un marché dont le caractère bipolaire (Orange/SFR) sera renforcé avec l'opération³¹⁹. Le Sipperec, qui permet à ses membres de procéder à des achats groupés via un groupement de commande constate que seuls Orange, SFR et Completel ont répondu à ses appels d'offres portant sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises.
476. Par ailleurs, les répondants au test de marché ont souligné que l'opération aboutira à la disparition d'un « *franc-tireur [Completel] qui animait le marché* »³²⁰ avec un positionnement « *agressif sur le marché de détail* »³²¹ et une offre « *low cost* »³²². Les répondants expliquent que Completel « *anime aujourd'hui le marché entreprises sur le plan tarifaire et amène les opérateurs Orange et SFR à développer de nouvelles offres de détail pour se démarquer de cette concurrence* »³²³.
477. Sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises, Altice et SFR sont perçus comme des opérateurs en relation concurrentielle directe. La partie notifiante elle-même a récemment fait valoir l'existence d'une pression concurrentielle forte émanant de SFR, le groupe Numericable ayant qualifié SFR de « *commercialement agressif sur le segment des grandes entreprises* » dans son document d'introduction en bourse³²⁴.
478. Le test de marché a également fait ressortir la concurrence forte entre les parties, capable de servir l'intégralité du marché, à l'exception des grands groupes internationaux³²⁵ et constituant « *l'unique alternative nationale à Orange* »³²⁶ ou encore la seule alternative crédible à Orange³²⁷.
479. En outre, les parties disposent d'avantages structurels importants sur la concurrence, qui devraient permettre à la nouvelle entité de renforcer encore sa position à l'issue de l'opération, au détriment de la frange concurrentielle, pour les raisons suivantes.
480. Premièrement, l'opération permettra de renforcer la couverture du réseau de la nouvelle entité, qui sera le seul opérateur alternatif à Orange disposant d'une infrastructure cuivre et BLOD couvrant les principales communes françaises. En effet, SFR est présente sur un

³¹⁸ Réponse de Bouygues Telecom à la question 212 du test de marché de phase I.

³¹⁹ Le Sipperec est un syndicat mixte de 161 membres, composés d'EPCI (établissement public de coopération intercommunale) de plus de 200 000 habitants (besoins de type grands comptes entreprises) et de collectivités (besoins plus standards) sur 6 départements d'Ile-de-France (l'Essonne, les Hauts-de-Seine, la Seine-Saint-Denis, le Val-de-Marne, le Val-d'Oise et les Yvelines). Voir la réponse de Sipperec à la question 23 du test de marché de phase II.

³²⁰ Réponse d'EDF à la question 8 du test de marché de phase II ; voir également réponse de SPIE à la question 9 du test de marché de phase II.

³²¹ PV d'audition de Colt du 15 juillet 2014.

³²² Réponse d'Adista à la question 213 du test de marché de phase I ; PV d'audition de Colt du 15 juillet 2014.

³²³ Réponse de Coriolis à la question 214 du test de marché de phase I.

³²⁴ Document d'introduction en bourse de Numericable, p. 98.

³²⁵ Réponse d'Adista à la question 215 du Test de marché ; réponses de Bouygues Telecom aux questions 212 et 215 du Test de marché ; réponse de Coriolis à la question 212 du Test de marché ; réponse de Futur Telecom à la question 250 du Test de marché.

³²⁶ Réponse de Futur Telecom à la question 210 du Test de marché.

³²⁷ Réponse d'EDF à la question 10 du test de marché de phase II.

nombre plus important de zones arrière de NRA que Completel. A l'inverse, Completel dispose d'un nombre important de BLOD dans des communes où SFR n'a pas d'infrastructure en fibre optique³²⁸. Or, la possibilité de s'appuyer sur une infrastructure en propre pour construire son offre de détail, constitue un avantage concurrentiel important permettant non seulement de répondre plus vite aux appels d'offres avec des tarifs plus compétitifs (marge incrémentale plus forte que pour un opérateur sans infrastructure³²⁹) mais également une différenciation plus forte et une adaptation plus fine aux besoins du client³³⁰.

481. A titre d'illustration, Colt a indiqué dans le cadre du test de marché ne répondre aux appels d'offres multi-sites que si elle était en mesure de raccorder les sites au moins à 50 % avec ses infrastructures en propre. Colt précise ne dégager aucune marge pour les sites non raccordés en propre³³¹. De même, Bouygues Telecom considère ne pas être en mesure de proposer une offre compétitive et économiquement viable quand elle est construite à moins de 60 % sur son infrastructure en propre³³².
482. Deuxièmement, l'avantage des parties en termes d'infrastructures est également souligné dans le document d'introduction en bourse de Numericable, qui relève que *« le fait d'être propriétaire d'une proportion élevée de son réseau permet [à Numericable] de contrôler ses coûts, de déterminer les dépenses d'investissement supplémentaires les plus rentables et de générer des marges plus importantes. Afin de reproduire cette structure de coûts, les autres opérateurs devraient construire leurs propres réseaux et donc procéder à des investissements très coûteux et risqués »*³³³.
483. Troisièmement, sur le marché de gros, comme relevé ci-dessus, la nouvelle entité se trouvera dans une situation de duopole dans un nombre importants de communes (pour les BLOD) ou de zones arrière de NRA. Dans ces zones, la nouvelle entité n'aura aucun intérêt à fournir des offres de gros compétitives, au risque de concurrencer ses offres de détail. Les concurrents des parties ont ainsi exprimé la crainte de ne plus avoir d'offres de gros leur permettant d'être compétitif sur le marché de détail³³⁴. Certains opérateurs (Colt, Adista, British Telecom notamment) ont même pointé le risque que la nouvelle entité se retire complètement du marché de gros pour se concentrer sur le marché de détail³³⁵. British Telecom souligne à cet égard que : *« si SFR et Numericable décidaient de ne plus proposer d'offre de gros aux alternatifs (dont BT), ceux-ci seraient obligés de se tourner vers Orange pour construire leurs offres et pourraient de ce fait ne plus être compétitifs. (...) la couverture combinée des deux entités fusionnées étant supérieure à 80 %, SFR/Numericable pourraient très bien décider d'évincer les autres opérateurs alternatifs par une politique tarifaire agressive »*. Cette appréciation est corroborée par d'autres témoignages recueillis au cours de l'instruction, émanant notamment de Bouygues Telecom et Covage, qui soulignent les difficultés

³²⁸ Dans une moindre mesure, SFR a également déployé des BLOD dans des communes où Completel n'a pas d'infrastructure en fibre optique.

³²⁹ Réponse de British Telecom à la question 38 du test de marché de phase II.

³³⁰ Voir notamment réponses de Covage aux questions 15 et 38 du test de marché de phase II ; réponse d'Orange à la question 34 que questionnaire complémentaire adressé à Orange suite à son audition ; réponses de Celeste et British Telecom la question 34 du test de marché de phase II.

³³¹ Réponse de Colt à la question 34 du test de marché de phase II.

³³² Réponse de Bouygues Telecom à la question 34 du test de marché de phase II.

³³³ Numericable, [Document d'introduction en bourse](#), 2013, p.63.

³³⁴ Réponses de Futur Telecom et Kevyo à la question 24 du test de marché de phase II.

³³⁵ Voir notamment réponse de British Telecom à la question 210 du test de marché de phase I ; PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014 ; PV d'audition de Colt du 15 juillet.

rencontrées pour parvenir à construire des offres compétitives sur le marché de détail avec des offres de gros, difficultés qui seront renforcées à l'issue de l'opération, la nouvelle entité ayant intérêt à s'aligner sur les prix pratiqués par Orange³³⁶. Ces constats sont enfin confirmés par les dirigeants de SFR. M. Jean-Marc Lazzari, directeur exécutif de SFR Business Team, a ainsi récemment déclaré que « nous sommes en position de seule alternative réelle, un cas unique que l'on ne retrouve sur aucun autre marché »³³⁷.

484. Il résulte de ce qui précède que l'opération est susceptible de réduire de façon significative les pressions concurrentielles subies tant par la nouvelle entité que par Orange, en raison d'une part de la constitution d'un duopole symétrique (en termes de part de marché mais aussi d'infrastructures) et d'autre part de la disparition d'un franc-tireur. La frange concurrentielle ne sera pas en mesure d'exercer une contrainte concurrentielle significative, son pouvoir de marché a d'ailleurs baissé au cours des cinq dernières années au profit des parties, et, compte tenu des avantages structurels dont disposent les parties, devrait encore diminuer à l'issue de l'opération.

Risque de hausse de prix

485. Il est donc à craindre que l'opération, en éliminant l'une des principales sources de pression concurrentielle et le principal animateur du marché sur le plan tarifaire (Completel), aboutisse à une augmentation des prix sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises. En outre, compte tenu de la proximité concurrentielle des parties, la fraction des ventes perdues par Completel (inversement SFR) suite à une éventuelle hausse se reportera en grande partie sur SFR (inversement Completel). Cette internalisation des effets d'une éventuelle hausse de prix vient ainsi renforcer l'incitation des parties à augmenter les prix à l'issue de l'opération³³⁸.
486. Ce risque de hausse de prix a été largement souligné dans les réponses des concurrents au test de marché³³⁹. Il a été également souligné par plusieurs clients³⁴⁰, en particulier pour les zones géographiques où la concurrence est moindre³⁴¹ dans lesquelles des opérateurs comme Colt, Verizon ou les opérateurs de télécommunication étrangers (par exemple British Telecom ou ATT) ne sont pas en mesure de répondre.
487. L'analyse des appels d'offres aboutit à la même conclusion.

³³⁶ PV d'audition de Bouygues Telecom du 7 juillet 2014, question 9 ; PV d'audition de Covage du 28 août 2014.

³³⁷ Dépêche AFP du 15 mai 2014.

³³⁸ Voir en ce sens les Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relative au contrôle des concentrations, para. 407.

³³⁹ Voir réponses au test de marché de phase I d'Adista, British Telecom, Bouygues Telecom, Colt, Coriolis et Futur Telecom.

³⁴⁰ Réponse de CGHDS, Lidl, Direction Générale des Finances Publiques, Région Alsace, Service des achats de l'Etat, Real Not, IT-CE, France Télévisions et Boulanger à la question 20 du Test de marché de phase II (étant précisé que Lidl assimile Completel à Bouygues Telecom).

³⁴¹ Réponse de la Banque de France et Boulanger à la question 20 du Test de marché de phase II.

ii. Analyse des appels d'offres

Point méthodologique

- ◆ Rappel de la méthode d'analyse des effets unilatéraux des concentrations sur les marchés d'appels d'offres

488. Comme l'Autorité de la concurrence l'a souligné dans sa décision n° 10-DCC-198 du 30 décembre 2010³⁴², la problématique générale des concentrations sur les marchés d'appels d'offres est la même que celles des marchés ordinaires mais les marchés d'enchères appellent parfois une analyse spécifique dont le bien fondé dépend de la nature des interactions concurrentielles. Comme pour d'autres marchés, l'analyse des effets d'une concentration sur un marché d'appels d'offres repose en effet largement sur le nombre et le pouvoir de marché des offreurs présents ainsi que sur l'importance des barrières à l'entrée sur le marché et l'existence d'entrants potentiels. Ce n'est que dans des situations extrêmes, de marché d'enchères « idéaux » que l'on rencontre rarement dans la réalité, que la présence d'un nombre restreint d'acteurs suffit à créer une situation de concurrence suffisante.
489. Dans le cas particulier des marchés fonctionnant par appels d'offres, la prise en compte des parts de marché dans l'analyse concurrentielle a notamment été discutée par l'Autorité à l'occasion de sa décision n° 10-DCC-198³⁴³. Pour qu'il puisse être avancé qu'une forte part de marché ne puisse être considérée comme un indicateur fiable de pouvoir de marché, le mécanisme d'appel d'offres considéré doit s'inscrire dans un environnement vérifiant les conditions cumulatives suivantes :
- condition n° 1 : un seul offreur remporte la totalité du contrat pour lequel il y a mise en concurrence ;
 - condition n° 2 : la taille du contrat doit être importante et représenter ainsi un enjeu significatif pour les entreprises qui participent à l'appel d'offres ;
 - condition n° 3 : lors de l'appel d'offres, la probabilité de succès doit être indépendante du résultat des appels d'offres passés lancés pour le réseau considéré, ou pour d'autres réseaux ;
 - condition n° 4 : il n'existe pas de barrière à l'entrée sur le marché considéré.

- ◆ Application au cas d'espèce

490. En l'espèce, le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises ne remplit pas les conditions d'un marché d'enchères « idéal ».
491. La **première condition** (un seul offreur remporte l'intégralité du contrat) peut être considérée comme satisfaite. Les clients attribuent généralement les appels d'offres à un seul opérateur. Et lorsqu'ils ne le font pas, ce n'est pas à cause de l'incapacité des offreurs à couvrir l'intégralité des besoins (les contrats sont de taille réduite), mais plutôt dans un souci de diversifier leurs fournisseurs.
492. En revanche, la **deuxième condition** (taille importante des contrats) n'est manifestement pas vérifiée au regard du nombre élevé d'entreprises et donc de clients potentiels pour les

³⁴² En se référant notamment à la table ronde organisée à propos de la concurrence sur les marchés d'enchères par l'OCDE en 2006.

³⁴³ Pour mener son analyse, l'Autorité s'est appuyée sur les travaux de l'économiste Paul Klemperer, présentés dans un document publié par la Competition Commission britannique (*Competition Commission, Bidding Markets, by Paul Klemperer, juin 2005*).

opérateurs de télécommunications. Ainsi, selon les chiffres de l'INSEE³⁴⁴, il y aurait plus de 5 000 entreprises de plus de 250 salariés en France. Les données d'appels d'offres fournies par Completel soulignent également la faiblesse des montants des contrats, de moins de 300 000 euros en moyenne³⁴⁵.

493. La **troisième condition** (le résultat de chaque appel d'offres est indépendant de celui des mises en concurrence précédentes) n'est pas non plus respectée, au moins pour trois raisons.
494. En premier lieu, l'opérateur assurant déjà la prestation de service de télécommunications fixes bénéficie d'avantages significatifs dans le cadre du renouvellement de l'appel d'offres. En particulier, le fait d'avoir déjà raccordé le site du client permet d'éviter un coût significatif lors du renouvellement du contrat³⁴⁶. Lorsque les coûts de raccordement sont élevés, les chances de gagner l'appel d'offres face à l'opérateur sortant sont faibles³⁴⁷. La connaissance des besoins actuels du client, de ses historiques d'incidents³⁴⁸, de son secteur d'activité³⁴⁹ et de son organisation interne ainsi que la connaissance des projets d'extension et de création de nouveaux sites peuvent également constituer un avantage pour l'opérateur sortant³⁵⁰.
495. En second lieu, les coûts de changement d'opérateur sont importants, constituant un frein important au changement d'opérateur³⁵¹ :
- coût interne de gestion et de suivi du changement : la migration vers un autre opérateur de data fixe nécessite pour le client de fournir une vision précise de son architecture (plage d'adresses IP, configurations des routeurs, classes de service éventuelles, etc.), suivre le projet de déploiement, avertir les utilisateurs sur site (communication), éventuellement revoir le paramétrage des équipements sur site (PC, imprimante, serveurs), coordonner l'opérateur sortant et l'opérateur entrant, impliquer le bailleur des locaux concernés lorsqu'il est nécessaire de tirer une fibre, etc.³⁵² ; les coûts internes de gestion et de suivi du changement pourraient être amenés à augmenter avec les solutions en mode « cloud » qui s'installent directement sur le poste de travail de l'utilisateur final et qui amènent les opérateurs à fournir une offre complète incluant, en plus du lien,

³⁴⁴ INSEE, [Principales caractéristiques des entreprises par catégorie](#), 2011.

³⁴⁵ Pour les appels d'offres de plus 100 000 euros auxquels Completel a participé.

³⁴⁶ Réponses de Covage, British Telecom, Colt, Coriolis, Adista, Bouygues Telecom et Celeste à la question 35 du test de marché de phase II ; réponses d'Auchan, la Banque de France, Boulanger, Carrefour, Casino, CNAMTS, EDF, Eurovia, La Poste, Lidl, Kiloutou, KPMG, Ministère de l'écologie, Ministère de la justice, Région Alsace, Paris Habitat, SNCF, Spie, Real Not, Sipperec, Société Générale, Veolia, Groupama, Volkswagen, Vinci Energies, France Télévisions, IT-CE, Aphp, Amplivia et Acooss aux questions 11 et 17 du test de marché de phase II.

³⁴⁷ Réponse de Celeste à la question 34 du test de marché de phase II.

³⁴⁸ Réponse de British Telecom à la question 35 du test de marché de phase II.

³⁴⁹ Réponse de CNAMTS à la question 11 du test de marché de phase II.

³⁵⁰ Réponse de Futur Telecom, Colt, Coriolis, Adista et British Telecom à la question 35 du test de marché de phase II ; réponses d'Auchan, la Banque de France, Casino, Carrefour, CGHDS, EDF, Eurovia, Lidl, Kiloutou, Ministère de l'écologie, SNCF, Real Not, Vinci, Spie, Veolia, Volkswagen, IT-CE et Acooss à la question 11 du test de marché de phase II.

³⁵¹ Voir réponse des concurrents à la question 42 du test de marché de phase II ; réponse d'Auchan, Carrefour, Casino, la Caisse des Dépôts, EDF, Eurovia, La Poste, Lidl, Kiloutou, SNCF, Société Générale, Real Not, Veolia, Sipperec, Spie, Aphp et Boulanger à la question 18 du test de marché de phase II. Vinci Energies estime ainsi qu'un écart de prix supérieur à 20 % est nécessaire pour justifier un changement d'opérateur (Réponse de Vinci Energies à la question 8 du test de marché de phase II).

³⁵² Réponses de Futur Telecom, British Telecom, Kevyo, Colt, Coriolis, Bouygues Telecom et Celeste à la question 41 du test de marché de phase II ; réponses d'Auchan, Boulanger, BPCE, Carrefour, Casino, la Caisse des Dépôts, CNAMTS, CNAV, CGHDS, EDF, Eurovia, Lidl, Kiloutou, KPMG, Ministère de la justice, Paris Habitat, SNCF, Spie, Sipperec, Real Not, Société Générale, Veolia, Groupama, Volkswagen, Vinci Energies, IT-CE, Aphp, Amplivia et Acooss à la question 17 du test de marché de phase II ; réponse de British Telecom à la question 35 du test de marché de phase II.

le matériel, le paramétrage et l'installation³⁵³ ; le processus de migration peut dans certains cas prendre jusqu'à un an³⁵⁴ ;

- double facturation de la migration : le changement d'opérateur peut impliquer une période transitoire de double facturation des sites. Le législateur n'a en effet pas prévu l'arrêt automatique de la facturation en cas de changement d'opérateur. Le client doit donc « synchroniser » le suivi de la mise en œuvre des nouveaux liens et la résiliation des anciens. Cette synchronisation peut être délicate eu égard aux aléas des délais de déploiement et se traduit en général par une période de double facturation³⁵⁵ (qui peut atteindre entre 6 et 19 mois³⁵⁶) ;
- changement des adresses IP : dans une moindre mesure, la migration des adresses publiques peut également être une opération complexe à gérer ayant des conséquences lourdes pour l'entreprise cliente comme par exemple la nécessité de modifier tous les programmes utilisant les adresses IP publiques ou encore de mettre à jour la flotte d'ordinateurs de l'entreprise (sites internet, boîtiers de sécurité IPsec, etc.)³⁵⁷.

496. En troisième lieu, la durée des contrats (entre 3 et 6 ans³⁵⁸) rend difficile une conquête significative de clients à court terme pour un nouvel entrant.

497. Dans le même sens, l'Arcep a souligné dans sa décision n° 2010-0402 du 8 avril 2010 que « le marché des services de capacité est caractérisé par des coûts de changement d'opérateurs très élevés qui poussent les entreprises à réaliser des lots importants, d'une durée assez longue et à réduire le nombre de fournisseurs pour ce type de services, tendances qui favorisent l'opérateur en place. Par conséquent, les opérateurs en place, et en particulier l'opérateur historique, disposent de conditions plus favorables que les éventuels nouveaux entrants »³⁵⁹.

498. Enfin, la **quatrième condition** (absence de barrière à l'entrée sur le marché) n'est pas non plus satisfaite. En effet, l'entrée sur le marché est possible soit par le développement d'une infrastructure de réseau soit par l'intermédiaire des offres de gros. Pour les raisons exposées précédemment pour le marché de gros des services de capacité sur le segment terminal, il est difficile d'entrer sur le marché en développant sa propre infrastructure de réseau. Ensuite, même pour un opérateur sans infrastructure, les spécificités du marché entreprises impliquent des investissements importants pour développer l'ensemble des services nécessaires pour répondre aux besoins des clients : réseau de distribution dédié, processus de commandes, de facturation et de service après-vente spécifiques entreprises (exemple : hotline de mise en service spécifique entreprises, services clients dédiés)³⁶⁰, coût de raccordement à

³⁵³ Réponses de Futur Telecom et British Telecom à la question 41 du test de marché de phase I.

³⁵⁴ Réponse de Boulangier et Vinci Energies à la question 17 du test de marché de phase I.

³⁵⁵ Réponses de Kevo, Colt, Coriolis, Bouygues Telecom et British Telecom à la question 41 du test de marché de phase II ; réponse d'Auchan, Casino, la Caisse des Dépôts, CNAV, EDF, Eurovia, Lidl, Kiloutou, Ministère de la justice, Société Générale, Real Not, Veolia, Spie, Sipperec, Volkswagen, IT-CE, Aphp et Carrefour à la question 17 du test de marché de phase II.

³⁵⁶ Réponse d'Auchan et Casino à la question 17 du test de marché de phase II.

³⁵⁷ Réponses de Futur Telecom, Colt, Coriolis, Bouygues Telecom et Kevo à la question 41 du test de marché de phase I ; Réponse de Casino, Eurovia, Région Alsace, SNCF, Société Générale, Veolia et CGHDS à la question 17 du test de marché de phase II.

³⁵⁸ Réponses des clients à la question 6 du test de marché de phase II ; réponse des concurrents à la question 32 du test de marché de phase II.

³⁵⁹ Décision de l'Arcep n° 2010-0402 du 8 avril 2010.

³⁶⁰ Décision de l'Arcep n° 2014-0735 du 26 juin 2014.

l'infrastructure support de l'offre de gros, offres sur mesure, coût de participation aux appels d'offres³⁶¹.

499. Ces barrières à l'entrée ont été mises en exergue par l'Arcep, qui relève d'ailleurs que les opérateurs généralistes ne peuvent entrer aisément sur le marché entreprises puisque « *l'existence d'acteurs intervenant uniquement sur le marché spécifique entreprises (Colt, Verizon, etc.) ou, a contrario, uniquement sur le marché généraliste (Free notamment), témoigne d'une différenciation fondamentale du point de vue de l'offre. Un opérateur présent uniquement sur l'un des deux marchés, généraliste ou spécifique entreprises, ne peut raisonnablement pas entrer rapidement sur l'autre marché, par exemple en cas d'augmentation légère mais durable des prix des services (5 à 10 %) sur le premier. (...)* »³⁶².
500. En outre, la quatrième condition n'est pas remplie dans la mesure où un nouvel entrant aura des difficultés à candidater de manière crédible aux appels d'offres compte tenu des avantages dont bénéficient les opérateurs sortants et de l'importance des coûts de changement d'opérateur.
501. Il résulte de ce qui précède que le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises ne réunit pas les caractéristiques d'un marché d'enchères « idéal ». Les parts de marché des acteurs demeurent donc un indicateur pertinent pour mesurer les effets de l'opération et la réduction du nombre d'opérateurs actifs sur ce marché est susceptible de porter atteinte à la concurrence. Ceci est d'autant plus probable qu'en raison de l'ensemble des importantes barrières à l'entrée, la disparition de l'un des acteurs ne peut être compensée par une augmentation des offres en provenance des concurrents actuels ou potentiels. L'opération affectera donc tous les appels d'offres auxquels les parties à la concentration seraient susceptibles de candidater si l'opération n'avait pas lieu.
502. Il convient donc d'examiner l'impact de l'opération sur l'animation concurrentielle des marchés passés par appels d'offres. L'analyse ci-dessous repose sur les données fournies par Completel (appels d'offres auxquels Completel a répondu ayant une valeur supérieure à 100 000 euros), SFR (appels d'offres traités par les forces de vente interne de SFR Business Team pour des grands comptes) et les 25 plus gros clients des parties.
503. La partie notifiante soutient qu'une analyse limitée aux seuls principaux appels d'offres auxquels Completel et SFR ont participé surestime l'importance réelle des deux parties et ne reflète pas la situation concurrentielle sur l'ensemble des appels d'offres.
504. Numericable n'a pas pour autant communiqué d'information susceptible de compléter la base de données utilisée. En outre, les résultats tirés des bases de données fournies par les parties ne surestiment que légèrement le poids de celles-ci sur le marché. Par exemple, il ressort des bases de données fournies par les parties que celles-ci ont gagné [80-90] % des marchés qui n'ont pas été remportés par Orange. Ce résultat est conforté des données tirées cette fois du test de marché, qui font apparaître que les parties gagnent environ [80-90] % des appels d'offres qui n'ont pas été remportés par Orange. Aussi, l'éventuel biais que présenterait l'examen fondé sur les bases de données des parties n'est pas suffisamment significatif pour en écarter la représentativité.
505. Au demeurant, l'objet de cet examen est notamment d'apprécier l'intensité de l'interaction concurrentielle entre les parties à l'occasion des appels d'offres identifiés. Les données

³⁶¹ Voir notamment réponses de Celeste et Colt à la question 33 du test de marché de phase II.

³⁶² Décision de l'Arcep n° 2014-0735 du 26 juin 2014 ; voir également réponse de Covage à la question 23 du test de marché de phase II.

utilisées, qui portent sur les clients les plus importants du marché sont parfaitement pertinentes pour effectuer cette analyse.

506. Par ailleurs, la partie notifiante a contesté la fiabilité des statistiques exposées dans le rapport des services d’instruction relatives aux appels d’offres auxquels a participé Completel ces quatre dernières années. La partie notifiante a fourni des statistiques sensiblement différentes en réponse au rapport, sans toutefois communiquer la méthodologie employée pour obtenir ces résultats. Ainsi, les calculs de la partie notifiante n’ont pas été présentés de manière transparente pour les services d’instruction et le collège de l’Autorité, ni de manière à permettre à l’Autorité d’en tester la validité et la robustesse de leurs conclusions³⁶³. Ils n’ont en outre fait l’objet d’aucun complément à la suite de la séance. Les statistiques fournies par la partie notifiante n’ont donc pas pu être prises en compte dans la présente décision.

Nombre moyen d’offres reçues

◆ Analyse des appels d’offres auxquels Completel a participé

507. Les deux tableaux ci-dessous reposent sur les données fournies par Completel et visent le marché global et le segment du haut de marché entreprises.

Marché global – AO Completel		2011	2012	2013	2014	Total
Nombre d’appel d’offres	Avec 2 offres remises	30	36	47	6	119
	Avec 3 offres remises	9	14	23	3	50
	Avec 4 offres remises	11	20	15	6	52
	Avec 5 offres remises et plus	2	14	13	2	30
	Informations incomplètes	-	1	-	-	1
	Total	52	84	98	17	251
Nombre d’offres remises	Completel	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SFR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Orange	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Bouygues Telecom	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Adista	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Verizon	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Colt	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Autres	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Moyenne	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Total	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

³⁶³ Voir, sur ce point, les Recommandations de l’Autorité de la concurrence pour la soumission d’études économiques.

Haut de marché – AO Completel		2011	2012	2013	2014	Total
Nombre d'appel d'offres	Avec 2 offres remises	13	8	9	1	31
	Avec 3 offres remises	6	7	19	3	35
	Avec 4 offres remises	6	10	10	4	30
	Avec 5 offres remises et plus	2	7	8	1	18
	Informations incomplètes	-	1	-	-	1
	Total	27	33	46	9	115
Nombre d'offres remises	Completel	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	SFR	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Orange	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Bouygues Telecom	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Adista	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Verizon	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Colt	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Autres	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Moyenne	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Total	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]

508. Le nombre moyen d'offres est stable sur la période : 3 en moyenne pour le marché global et 3,3 sur le haut de marché. Il n'est donc que légèrement supérieur au nombre d'offres minimum nécessaire pour que puisse fonctionner une dynamique concurrentielle dans un marché « idéal », c'est-à-dire dans laquelle il n'y aurait pas de barrières à l'entrée et sur lequel le résultat de chaque appel d'offres serait indépendant du résultat des appels d'offres précédents. De la même manière, conformément aux développements suivants, les clients constatent qu'il est généralement difficile d'obtenir des offres compétitives lorsque moins de 3 candidats se positionnent dans les appels d'offres. Il y a donc lieu de considérer que le nombre moyen d'offres remises traduit une faible intensité concurrentielle.
509. De fait, comme le montre le tableau ci-dessus, le marché global est caractérisé par la prépondérance des appels d'offres avec deux candidatures (47 %). Sur le haut de marché, 27 % des appels d'offres ont donné lieu à deux candidatures et 30 % à trois candidatures. De plus, l'essentiel des offres reste déposé par les trois principaux acteurs du secteur, Orange, SFR et Altice ([80-90] % sur le marché global et [70-80] % sur le haut de marché).
510. Par ailleurs, les tableaux ci-dessous comparent, d'une part, le nombre moyen d'offres remises entre 2011 et 2014 et, d'autre part, le même chiffre en prenant l'hypothèse que les deux entreprises se seraient concentrées en début de période. Le nombre moyen d'offres reçues lors des appels d'offres en 2013 serait alors de 2,4 contre 3 sur le marché global (2,6 contre 3,3 sur le haut de marché), soit une réduction significative de 25 % (21 % sur le haut de marché). L'intensité concurrentielle, déjà faible avant l'opération, se retrouvera encore affaiblie à l'issue de l'opération.

Marché global – AO Completel		2011	2012	2013	2014	Total
Sans concentration	Nombre d'offres remises	142	262	291	55	750
	Nombre d'appels d'offres	52	83	98	17	250
	Nombre moyen d'offres remises	2,7	3,2	3,0	3,2	3,0
Avec concentration	Nombre d'offres remises	117	212	233	43	606
	Nombre d'appels d'offres	52	83	98	17	250
	Nombre moyen d'offres remises	2,2	2,6	2,4	2,5	2,4

Haut de marché – AO Completel		2011	2012	2013	2014	Total
Sans concentration	Nombre d'offres remises	79	113	160	32	384
	Nombre d'appels d'offres	27	33	46	9	115
	Nombre moyen d'offres remises	2,9	3,4	3,5	3,6	3,3
Avec concentration	Nombre d'offres remises	63	88	119	25	295
	Nombre d'appels d'offres	27	33	46	9	115
	Nombre moyen d'offres remises	2,3	2,7	2,6	2,7	2,6

♦ Analyse des appels d'offres auxquels SFR a participé

511. SFR n'a pas été en mesure de fournir ses données d'appels d'offres correspondant à la segmentation du marché, à savoir sur le marché global et le haut de marché entreprises. SFR a néanmoins opéré une distinction entre le marché global et le segment des grands comptes. Le segment des grands comptes comprend les 750 plus grands groupes ciblés par SFR, dont une grande partie, compte tenu de leur taille, devrait être demandeur de services relevant du haut de marché. Il n'inclut toutefois pas les groupes de plus petites tailles ayant des besoins spécifiques relevant du haut de marché.
512. Les deux tableaux ci-dessous détaillent le nombre d'offres remises et l'identité des offreurs pour les appels d'offres auxquels SFR a participé en 2011, 2012 et 2013, sur le marché global et sur le seul segment des grands comptes.

Marché global – AO SFR		2011	2012	2013	Total
Nombre d'appel d'offres	Avec 1 offre remise	2	2	1	5
	Avec 2 offres remises	27	25	19	71
	Avec 3 offres remises	37	39	18	94
	Avec 4 offres remises	25	18	12	55
	Avec 5 offres remises et plus	11	11	4	26
	Total	102	95	54	251
Nombre d'offres remises	SFR	[...]	[...]	[...]	[...]
	Comptel	[...]	[...]	[...]	[...]
	Orange	[...]	[...]	[...]	[...]
	Bouygues Telecom	[...]	[...]	[...]	[...]
	Adista	[...]	[...]	[...]	[...]
	Verizon	[...]	[...]	[...]	[...]
	Colt	[...]	[...]	[...]	[...]
	Autres	[...]	[...]	[...]	[...]
	Moyenne	[...]	[...]	[...]	[...]
	Total	[...]	[...]	[...]	[...]

Segment des grands comptes – AO SFR		2011	2012	2013	Total
Nombre d'appel d'offres	Avec 1 offre remise	2	2	1	5
	Avec 2 offres remises	20	17	14	51
	Avec 3 offres remises	29	34	13	76
	Avec 4 offres remises	11	14	9	34
	Avec 5 offres remises et plus	9	7	3	19
	Total	71	74	40	185
Nombre d'offres remises	SFR	[...]	[...]	[...]	[...]
	Comptel	[...]	[...]	[...]	[...]
	Orange	[...]	[...]	[...]	[...]
	Bouygues Telecom	[...]	[...]	[...]	[...]
	Adista	[...]	[...]	[...]	[...]
	Verizon	[...]	[...]	[...]	[...]
	Colt	[...]	[...]	[...]	[...]
	Autres	[...]	[...]	[...]	[...]
	Moyenne	[...]	[...]	[...]	[...]
	Total	[...]	[...]	[...]	[...]

513. L'analyse de ces tableaux conforte l'analyse des données d'appels d'offres fournies par Completel : (i) le nombre moyen d'offres remises (3,1) traduit une faible intensité concurrentielle, (ii) 67 % (71 % pour le segment des grands comptes) des appels d'offres ont donné lieu à trois offres ou moins (30 % deux offres ou moins pour le marché global comme pour le segment des grands comptes) et (iii) ce sont Orange, SFR et Altice qui déposent l'essentiel des offres ([70-80] % sur le marché global et [80-90] % sur le segment des grands comptes).
514. De la même manière que pour Completel, les tableaux ci-dessous comparent, pour les données de SFR, d'une part, le nombre moyen d'offres remises entre 2011 et 2014 et, d'autre part, le même chiffre en prenant l'hypothèse que les deux entreprises se seraient concentrées en début de période. Le nombre d'offres moyen reçues lors des appels d'offres en 2013 serait alors de 2,6 contre 3,1 sur le marché global (chiffres identiques sur le segment des grands comptes), soit une réduction significative de 21 %. L'intensité concurrentielle, déjà faible avant l'opération, apparaît là encore significativement affaiblie à l'issue de celle-ci.

Marché global – AO SFR		2011	2012	2013	Total
Sans concentration	Nombre d'offres remises	324	298	162	784
	Nombre d'appels d'offres	102	95	54	251
	Nombre moyen d'offres remises	3,2	3,1	3,0	3,1
Avec concentration	Nombre d'offres remises	271	239	141	651
	Nombre d'appels d'offres	102	95	54	251
	Nombre moyen d'offres remises	2,7	2,5	2,6	2,6

Segment des grands comptes – AO SFR		2011	2012	2013	Total
Sans concentration	Nombre d'offres remises	219	232	119	570
	Nombre d'appels d'offres	71	74	40	185
	Nombre moyen d'offres remises	3,1	3,1	3,0	3,1
Avec concentration	Nombre d'offres remises	185	185	103	473
	Nombre d'appels d'offres	71	74	40	185
	Nombre moyen d'offres remises	2,6	2,5	2,6	2,6

Fréquence de rencontre des parties

♦ Analyse des appels d'offres auxquels Completel a participé

515. La base de données fournie par Completel recense [...] appels d'offres auxquels a participé Completel au cours de la période 2011-2014. Sur l'ensemble de cette période, SFR a remis une offre dans [50-60] % des cas (soit [...] sur [...]). Sur le haut de marché, la fréquence des rencontres entre les parties est encore plus élevée et atteint [70-80] % ([...] sur [...]). Le tableau ci-dessous fournit l'évolution du nombre d'appels d'offres au cours desquels les parties se sont rencontrées entre 2011 et 2014.

AO Completel		2011	2012	2013	2014	Total
Marché global	Nombre de rencontres	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Nombre d'appels d'offres	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Fréquence	[40-50] %	[60-70] %	[50-60] %	[70-80] %	[50-60] %
Haut de marché	Nombre de rencontres	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Nombre d'appels d'offres	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
	Fréquence	[50-60] %	[70-80] %	[80-90] %	[70-80] %	[70-80] %

516. Il ressort de ce tableau que la fréquence des rencontres entre les parties a augmenté en 2013 et atteint [70-80] % ([80-90] % sur le haut de marché). L'opération est ainsi susceptible d'emporter des effets sur un nombre très élevé de mises en concurrence.

♦ Analyse des appels d'offres auxquels SFR a participé

517. L'analyse des données transmises par SFR confirme que la fréquence de rencontres des parties est importante. Ainsi, de 2011 à 2013, les parties sont en moyenne en concurrence dans plus de [50-60] % des appels d'offres tant sur le marché global que sur le segment des grands comptes, comme le montre le tableau ci-dessous.

AO SFR		2011	2012	2013	Total
Marché global	Nombre de rencontres	[...]	[...]	[...]	[...]
	Nombre d'appels d'offres	[...]	[...]	[...]	[...]
	Fréquence	[50-60] %	[60-70] %	[30-40] %	[50-60] %
Segment des grands comptes	Nombre de rencontres	[...]	[...]	[...]	[...]
	Nombre d'appels d'offres	[...]	[...]	[...]	[...]
	Fréquence	[40-50] %	[60-70] %	[40-50] %	[50-60] %

Taux de reconduction

♦ Analyse des appels d'offres auxquels Completel a participé

518. Le nombre de contrats de services de télécommunications fixes spécifiques entreprises ayant donné lieu à la reconduction du sortant ou à un changement d'opérateur apparaît dans les tableaux ci-dessous³⁶⁴.

³⁶⁴ Ne sont comptabilisés dans ce tableau que les appels d'offres pour lesquels le sortant a pu être identifié.

Marché global - AO Completel	2011	2012	2013	2014	Total
Nombre d'appels d'offres	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Nombre d'AO avec reconduction du sortant	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Taux de reconduction	[70-80] %	[60-70] %	[60-70] %	[70-80] %	[60-70] %
Nombre d'AO avec changement d'opérateur	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Taux de changement	[20-30] %	[30-40] %	[30-40] %	[20-30] %	[30-40] %

Haut de marché - AO Completel	2011	2012	2013	2014	Total
Nombre d'appels d'offres	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Nombre d'AO avec reconduction du sortant	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Taux de reconduction	[60-70] %	[50-60] %	[50-60] %	[60-70] %	[50-60] %
Nombre d'AO avec changement d'opérateur	[...]	[...]	[...]	[...]	[...]
Taux de changement	[30-40] %	[40-50] %	[50-60] %	[30-40] %	[40-50] %

519. Il ressort de ces tableaux que la fréquence avec laquelle l'opérateur historique conserve son contrat est particulièrement élevée : [60-70] % en moyenne ([50-60] % sur le haut de marché). Elle est stable sur la période, oscillant entre [60-70] % et [70-80] % (entre [50-60] % et [60-70] % sur le haut de marché). Completel a par ailleurs indiqué que son taux de churn était de [20-30] %.

♦ Analyse des appels d'offres auxquels SFR a participé

520. L'analyse des données de SFR, figurant dans les tableaux ci-dessous, corrobore les conclusions tirées de l'analyse des données de Completel. Sur le marché global, le sortant a été reconduit en moyenne dans [70-80] % des cas, cette moyenne atteignant même [80-90] % sur le segment des grands comptes. Le taux de reconduction est également stable sur la période, allant de [80-90] % à [70-80] % sur le marché global et de [80-90] % à [70-80] % sur le segment des grands comptes.

Marché global - AO SFR	2011	2012	2013	Total
Nombre d'appels d'offres	[...]	[...]	[...]	[...]
Nombre d'AO avec reconduction du sortant	[...]	[...]	[...]	[...]
Taux de reconduction	[70-80] %	[70-80] %	[70-80] %	[70-80] %
Nombre d'AO avec changement d'opérateur*	[...]	[...]	[...]	[...]
Taux de changement	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %	[20-30] %

* Aucun des opérateurs sortants n'est reconduit

Segment des grands comptes – AO SFR	2011	2012	2013	Total
Nombre d'appels d'offres	[...]	[...]	[...]	[...]
Nombre d'AO avec reconduction du sortant	[...]	[...]	[...]	[...]
Taux de reconduction	[80-90] %	[70-80] %	[80-90] %	[80-90] %
Nombre d'AO avec changement d'opérateur*	[...]	[...]	[...]	[...]
Taux de changement	[10-20] %	[20-30] %	[10-20] %	[10-20] %

* *Aucun des opérateurs sortants n'est reconduit*

521. SFR a par ailleurs indiqué que son taux de churn était de [...] %. Dans le même sens, Celeste, Colt, Adista et British Telecom ont indiqué avoir remporté respectivement 50 %, 90 %, 95 % et 80 % des appels d'offres dans lesquels elles étaient l'opérateur sortant³⁶⁵.
522. Ces statistiques confirment donc l'analyse ci-dessus sur l'existence de fortes barrières à l'entrée sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises (sur le marché global comme sur le haut de marché).

Changements d'opérateurs

523. L'analyse des entreprises qui ont obtenu des contrats services de télécommunications fixes spécifiques entreprises en remplacement de l'exploitant sortant apporte des informations pertinentes sur l'intensité de la concurrence entre les différents opérateurs sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises.
524. Sur les [...] appels d'offres ([...] sur le haut de marché) auxquels a participé Completel et pour lesquels l'attributaire sortant a pu être identifié, SFR a perdu [...] contrats ([...] sur le haut de marché). Parmi ces contrats, [...] ([...] sur le haut de marché) ont été remportés par Completel, soit [80-90] % des contrats perdus par SFR ([80-90] % sur le haut de marché). Inversement, il apparaît que Completel a perdu [...] contrats (tous sur le haut de marché), dont [...] ont été remportés par SFR, soit [80-90] % des contrats perdus par Completel.
525. De même, sur les [...] appels d'offres ([...] sur le segment des grands comptes) auxquels a participé SFR et pour lesquels l'attributaire sortant a pu être identifié, Completel a perdu [...] contrats ([...] sur le segment des grands comptes). Parmi ces contrats, [...] ([...] sur le segment des grands comptes) ont été remportés par SFR, soit [40-50] % des contrats perdus par Completel ([40-50] % sur le segment des grands comptes). Inversement, il apparaît que SFR a perdu [...] contrats ([...] sur le segment des grands comptes). Lorsque SFR n'est pas reconduit, Orange remporte le contrat dans [60-70] % des cas ([...] contrats sur [...]) ce qui en fait le concurrent principal de SFR. Néanmoins, Completel exerce également une forte pression concurrentielle en se positionnant en deuxième position après Orange, en remportant [...] ([...] sur le segment des grands comptes) des [...] contrats perdus par SFR, soit [10-20] % des contrats perdus par SFR ([10-20] % sur le segment des grands comptes).
526. Ces données soulignent une nouvelle fois la proximité concurrentielle des parties et la forte pression concurrentielle qu'elles exercent l'une sur l'autre.

Informations qualitatives fournies par les tiers

527. Les données qualitatives fournies par les tiers confirment qu'une diminution du nombre de candidats aux futurs appels d'offres est susceptible de réduire significativement l'intensité

³⁶⁵ Réponse à la question 43 du test de marché de phase II.

concurrentielle sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises. En particulier, les données fournies par les tiers font ressortir un risque de détérioration en prix des offres remises aux appels d'offres et un risque d'appauvrissement de la qualité des offres produites.

◆ **Détérioration en prix des offres remises**

528. Il ressort du test de marché que la quasi-totalité (88 %) des clients interrogés s'accordent sur le fait qu'en dessous de trois concurrents, il est difficile d'obtenir des offres compétitives :

Nb d'offres suffisant pour obtenir une offre finale compétitive	2	3	4	Plus de 4
Nb de réponses fourni par les clients ³⁶⁶	5	29	5	4

529. Or, comme indiqué précédemment, le nombre moyen d'offres remises aux appels d'offres auxquels Completel et SFR ont participé est de 3 pour Completel et 3,1 pour SFR de 2011 à 2013. En prenant l'hypothèse que les deux entreprises se seraient concentrées en début de période, ce chiffre passe à 2,4 s'agissant des données d'appels d'offres Completel et 2,6 pour les données SFR.

530. Il apparaît ainsi que le nombre d'offres remises aux appels d'offres à l'issue de l'opération sera nettement inférieur au nombre d'offres remises jugées suffisant par les clients pour avoir des offres compétitives. L'opération devrait donc entraîner une détérioration en prix des offres remises aux appels d'offres, que ce soit par la nouvelle entité ou par ses concurrents.

◆ **Appauvrissement de la qualité des offres**

531. Les offres remises par les candidats dans le cadre des appels d'offres ne se résument pas à une simple proposition tarifaire. Les offres sont également appréciées en fonction de critères qualitatifs, techniques (choix d'équipements, compréhension des besoins, architecture technique proposée), de qualité de service (engagements de performance, qualité du scénario de migration, gestion opérationnelle, flexibilité des solutions et du service) et de délais de mise en œuvre³⁶⁷.

532. Or, en réduisant le nombre de participants au cours des prochains appels d'offres, l'opération aura un effet sur la diversité des réponses que pourront recevoir les clients. En effet, la réduction du nombre de candidat risque d'affaiblir pour un opérateur l'incitation à innover afin de se démarquer de l'offre de ses concurrents. De plus, les concurrents ont fait valoir qu'à l'issue de l'opération, les parties seraient susceptibles de détériorer qualitativement (et non uniquement en prix) leur offre de gros pour privilégier leurs activités de détail, notamment dans les zones où Orange et la nouvelle entité seront en situation de duopole³⁶⁸.

533. Ainsi, la stratégie de la nouvelle entité sur le marché de gros devrait renforcer le risque d'appauvrissement de la qualité des offres remises dans le cadre des appels d'offres.

³⁶⁶ Le tableau n'inclut pas les réponses de GCP, filiale à 100 % du cédant.

³⁶⁷ Réponse 12 des clients au test de marché de phase II.

³⁶⁸ Réponses de concurrents la question 24 du test de marché de phase II.

3. EFFETS VERTICAUX

534. La présente section analyse à la fois l'hypothèse d'un verrouillage de l'accès aux intrants (a) et celle d'un verrouillage de l'accès à la clientèle (b).

a) Verrouillage de l'accès aux intrants

535. L'opération renforcera l'intégration verticale du nouvel ensemble, en conférant à Altice le contrôle des infrastructures et des activités de SFR sur le marché de gros des services de capacité sur le segment terminal et des activités de SFR sur le marché aval de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises. Altice étant elle-même déjà active sur ces deux marchés, l'opération est susceptible de modifier ses incitations en rendant plus difficile l'accès des concurrents au marché amont, voire en les évinçant afin de favoriser ses activités en aval.
536. Comme indiqué ci-dessus, la mise en œuvre d'une telle stratégie est d'autant plus crédible en l'espèce que les clients de la nouvelle entité sur le marché de gros sont aussi ses concurrents sur le marché de détail. Comme il a été relevé ci-dessus, l'opération entraîne un risque de restriction d'accès aux offres de gros de services de capacité de la nouvelle entité ou d'augmentation du prix de ses offres. Compte tenu du positionnement d'Orange sur le marché de gros (tarifs plus élevés), les tiers craignent que l'opération rende plus difficile l'accès aux intrants pour les concurrents et renchérisse leurs coûts pour la construction d'offres de détail, réduisant ainsi leur compétitivité.
537. Ce scénario anticoncurrentiel vise les zones où les parties sont les seuls concurrents d'Orange sur le marché de gros et pour lesquels les clients ne disposent pas d'alternative. Pour en apprécier la validité, il convient d'examiner si la nouvelle entité aura la capacité de verrouiller l'accès aux intrants, si les incitations à le faire sont suffisantes et si une stratégie de verrouillage aurait un effet significatif sur les marchés en cause.

i. Capacité de verrouillage

538. A l'issue de l'opération, les parties seront confrontées sur les zones concernées à la seule concurrence d'Orange qui continuera de proposer une offre de gros après l'opération. Les lignes directrices de l'Autorité (§459) considèrent néanmoins qu'une stratégie de verrouillage n'est pas possible lorsque les concurrents situés en aval « pourront disposer d'une source alternative d'intrants », ce qui sera bien le cas en l'espèce puisque les concurrents pourront continuer à s'approvisionner auprès d'Orange.
539. Deux éléments permettent cependant de démontrer qu'une stratégie de verrouillage reste néanmoins bien vraisemblable dans le cas d'espèce.
540. Tout d'abord, comme indiqué précédemment, Orange pratique des prix plus élevés que les parties sur les marchés de gros³⁶⁹. Le différentiel de prix s'élève à environ 20 % (10 % à 20 % selon les parties³⁷⁰) et peut atteindre jusqu'à 50 %³⁷¹.

³⁶⁹ Tous les concurrents interrogés (y compris Orange), à l'exception de Celeste qui considère Orange moins chère, ont indiqué que les prix pratiqués par Orange étaient plus élevés (réponses des concurrents aux questions 11 et 12 du test de marché de phase II).

³⁷⁰ Réponse des parties du 29 août 2014.

³⁷¹ Réponse d'ATT à la question 11 du test de marché de phase II.

541. Ensuite, comme le précisent les lignes directrices de la Commission européenne relatives aux concentrations non horizontales, « *lorsque la concurrence sur le marché des intrants présente un caractère oligopolistique, une décision prise par l'entité issue de la concentration de restreindre l'accès à ses intrants réduit la pression concurrentielle exercée sur les autres fournisseurs d'intrants, ce qui peut leur permettre d'augmenter le prix des intrants qu'ils facturent aux concurrents non intégrés situés en aval* »³⁷².
542. Tel est le cas en l'espèce, l'opération conduisant à la formation d'un duopole dans de nombreuses zones sur le marché de gros des services de capacité sur le segment terminal. Orange sera donc incitée à répondre à une hausse de prix des parties en augmentant elle-même ses prix³⁷³.
543. Par conséquent, la nouvelle entité ne se heurtera à aucun obstacle pour augmenter ses prix de gros et renchérir ainsi significativement les prix des intrants pour ses concurrents sur le marché de détail.

ii. Incitation à verrouiller l'accès aux intrants

544. Les lignes directrices de l'Autorité (§467) précisent que « *dans le cas d'un verrouillage par les intrants, la baisse des ventes d'intrants aux concurrents situés en aval a, dans un premier temps, des effets négatifs sur la rentabilité de la nouvelle entité. Cependant, dans un second temps, la nouvelle entité peut bénéficier du recul des ventes de ses concurrents en aval, du fait du manque de disponibilité d'intrants et de ses effets sur la qualité de leurs produits et leurs coûts, et augmenter le prix facturé aux consommateurs ou développer sa part de marché aval* ».
545. Les lignes directrices précisent dans ce cadre que les niveaux de marges réalisés en amont et en aval sont un élément important permettant d'apprécier l'incitation de la nouvelle entité à mettre en place une stratégie de verrouillage. En effet, il est peu probable qu'une entreprise consente des pertes importantes sur un marché sur lequel elle réalise des marges élevées pour développer sa part de marché sur un marché sur lequel les marges sont faibles.
546. Pour cette estimation, il convient de relever que SFR est beaucoup plus actif sur le marché de gros que ne l'est Completel. En effet, SFR représente actuellement [90-100] % en volume des activités de gros sur cuivre comme sur BLOD du futur nouvel ensemble (correspondant à environ [...] liens cuivre et [...] liens BLOD contre environ [...] liens cuivre et [...] liens BLOD pour Completel³⁷⁴). Ces chiffres corroborent les éléments au dossier selon lesquels Completel limite actuellement ses activités de gros, en pratiquant des prix élevés et peu compétitifs sur le marché de gros pour ne pas nuire à ses activités de détail³⁷⁵.

³⁷² Lignes directrices sur l'appréciation des concentrations non horizontales au regard du règlement du Conseil relatif au contrôle des concentrations entre entreprises (JO C 265 du 18.10.2008, p. 6)

³⁷³ A cet égard, Orange a indiqué dans le cadre du test de marché que dans les zones où les obligations tarifaires seront allégées (à partir du 1^{er} janvier 2015, dans les zones où la concurrence est « effective » selon l'Arcep, Orange n'aura notamment plus aucune obligation de tarification reflétant les coûts), elle adaptera le tarif de ses offres au jeu concurrentiel. British Telecom a indiqué dans le même sens que « la levée des contraintes tarifaires d'Orange sur certaines communes pour l'optique ou zones arrière de NRA pour le cuivre laisse à Orange toute flexibilité pour mener une politique tarifaire d'éviction sur le marché de gros par une augmentation des prix entraînant l'éviction de ses concurrents sur le marché de détail » (réponse de British Telecom à la question 2 du test de marché de phase II).

³⁷⁴ Données Arcep.

³⁷⁵ Voir notamment réponse d'Adista à la question 269 du test de marché de phase I ; réponse de Colt à la question 238 du test de marché de phase I ; PV d'audition de Colt du 15 juillet 2014 ; PV d'audition d'Adista du 17 juillet 2014 ; PV d'audition de la FIRIP du 8 août 2014 ; réponse de Coriolis à la question 214 du test de marché de phase I.

547. La faible compétitivité de Completel face à SFR, et son désengagement relatif du marché de gros, ressort également des données de marge communiquées par les parties. Ainsi, les données communiquées par Completel montrent que son taux de marge brute est plus élevé sur le marché de gros que sur le marché de détail ([...] % contre [...] % sur le marché de détail)³⁷⁶.
548. En revanche, contrairement à Completel, SFR propose des offres de gros compétitives qui sont, par conséquent, davantage utilisées par les autres opérateurs pour construire leurs offres de détail. Les données communiquées par SFR permettent de vérifier que les marges amont unitaires réalisées par SFR sont significativement plus faibles que les marges réalisées sur le marché aval, ce qui étaye l'effort de compétitivité prix de ses offres. Les estimations de marges sur coût variable fournies par SFR se présentent en effet comme suit : (i) cuivre : marché de gros, [...] euros/mois/lien ; marché de détail, [...] euros/mois/lien ; (ii) fibre : marché de gros, [...] euros/mois/lien ; marché de détail, [...] euros/mois/lien³⁷⁷.
549. A l'issue de l'opération, la nouvelle entité sera donc incitée à réduire l'activité de gros de SFR, en particulier pour les accès cuivre, dans la suite logique de la politique actuellement menée par Completel, pour développer la part de marché de SFR sur le marché de détail. Cette incitation sera d'autant plus forte que la pression concurrentielle de Completel en aval, très forte sur le plan tarifaire, aura disparu.
550. Les lignes directrices de l'Autorité précisent par ailleurs que l'incitation au verrouillage dépend de la part de la demande perdue par les concurrents en aval qui pourra être attirée par la nouvelle entité (§470). Cette part dépend notamment des capacités disponibles de la nouvelle entité et du degré de substituabilité entre les produits de la nouvelle entité et de ceux de ses concurrents. En l'espèce, les parties ont indiqué que les offres des concurrents non intégrés n'étaient pas « *techniquement différenciée[s]* » de celles des parties lorsqu'elles s'appuyaient sur les infrastructures des parties³⁷⁸. Les parties devraient donc être en mesure de proposer, dans les zones concernées par le scénario vertical, des offres permettant de répondre aux besoins des clients de leurs concurrents³⁷⁹.
551. En outre, en l'absence d'éléments plus précis permettant de déterminer vers quel opérateur se reporteront les clients, la pratique décisionnelle considère que les reports peuvent être estimés *au prorata* des parts de marché³⁸⁰. La nouvelle entité dispose d'une part de marché de [40-50] % sur les accès cuivre contre [40-50] % pour Orange, et de [30-40] % sur les accès BLOD contre [40-50] % pour Orange. En l'espèce, dans la mesure où les clients concernés disposent d'une offre construite à partir de l'infrastructure des parties (utilisée par l'opérateur de détail), ils se reporteront plus facilement vers la nouvelle entité qui sera la mieux à même de répondre à leurs besoins et pourra leur proposer une solution dans des délais très brefs. La nouvelle entité peut donc s'attendre à des reports très importants des clients perdus par la frange concurrentielle, sensiblement supérieurs à ses niveaux de part de marché.

³⁷⁶ Réponse des parties du 29 août 2014.

³⁷⁷ Réponse des parties du 29 août 2014.

³⁷⁸ Réponse des parties du 29 août 2014.

³⁷⁹ Les parties ont également indiqué être en mesure d'absorber une hausse de la demande (réponse des parties du 29 août 2014). Elles pourront de surcroît réutiliser les volumes perdus sur le marché de gros suite à la hausse de prix.

³⁸⁰ Décision n° 14-DCC-57 du 17 avril 2014 relative à la prise de contrôle exclusif par la société Orlait, filiale de Sodiaal, de l'activité lait de consommation longue conservation de la coopérative Terra Lacta.

552. Enfin, le prix des offres de gros représente une proportion importante du coût des entreprises présentes sur le marché aval, de [...] % selon les parties³⁸¹. La hausse de prix des parties sur le marché amont (et la hausse consécutive d'Orange) conduira donc à une baisse sensible de la compétitivité des concurrents non intégrés sur le marché aval. Les volumes de demande qui se reporteront sur les parties et la rentabilité de la stratégie de verrouillage seront donc élevés.

iii. Impact concurrentiel

553. Comme il a été démontré précédemment, Orange sera incitée à augmenter ses prix sur le marché de gros dans l'hypothèse d'une hausse des prix de gros de la nouvelle entité. Il a également démontré précédemment que la nouvelle entité disposait d'une grande marge de manœuvre pour augmenter ses prix de gros et ainsi significativement les prix des intrants pour ses concurrents sur le marché de détail. L'impact concurrentiel sur les opérateurs non intégrés sera donc nécessairement important.

554. Il est en outre peu probable qu'Orange décide de neutraliser une éventuelle stratégie de verrouillage de la nouvelle entité et d'empêcher une hausse des prix sur le marché de détail. En effet, les prix pratiqués par Orange sont déjà significativement supérieurs à ceux pratiqués par les parties³⁸², en particulier par Completel dont le positionnement tarifaire est jugé agressif sur le marché de détail par les tiers³⁸³. La nouvelle entité disposera donc d'une marge de manœuvre importante pour augmenter ses prix de détail.

555. Ensuite, l'analyse des effets horizontaux de l'opération montre que l'opération aboutira à la création d'un duopole emportant un risque significatif d'augmentation des prix. L'impact horizontal de l'opération amènera donc vraisemblablement Orange à augmenter ses prix, et ce en dépit d'une éventuelle stratégie de verrouillage des intrants de la nouvelle entité.

b) Verrouillage de l'accès à la clientèle

556. Le risque de verrouillage de l'accès des concurrents opérateurs de gros à la clientèle peut être écarté. Sur le marché de gros des offres sur cuivre, SFR ne pourra s'adresser à Altice pour les accès pour lesquels elle se fournit auprès de tiers, le réseau d'Altice étant redondant avec le sien. Quant à Altice, qui achète déjà une partie de ces accès auprès de SFR, ses achats auprès de fournisseurs tiers (Orange exclusivement) représentent [...] liens, soit seulement [5-10] % des liens cuivre vendus sur le marché entreprises. Sur le marché de gros des offres sur fibre, les approvisionnements des parties auprès de tiers (plus de [90-100] % auprès d'Orange) représentent environ [...] liens, soit environ [5-10] % des liens BLOD vendus sur le marché entreprises (la perte maximale de clientèle pour les opérateurs autres qu'Orange représente [0-5] % des liens BLOD vendus sur le marché entreprises). Il convient en outre de rappeler que le réseau fibre des parties couvre moins de [...] communes à rapporter au 5 000 communes couvertes par les BLOD d'Orange³⁸⁴. Les parties resteront donc encore largement dépendantes du marché de gros à l'issue de l'opération.

³⁸¹ Réponse des parties du 29 août 2014.

³⁸² <http://www.sfrbusinesssteam.fr/a-propos-de/le-reseau-sfr/fibre-optique/index.jsp>.

³⁸³ PV d'audition de Colt du 15 juillet 2014 ; réponse d'EDF à la question 8 du test de marché de phase II ; voir également réponse de SPIE à la question 9 du test de marché de phase II ; Réponse d'Adista à la question 213 du test de marché de phase I ; PV d'audition de Colt du 15 juillet 2014 ; réponse de Coriolis à la question 214 du test de marché de phase I.

³⁸⁴ Arcep, Quatrième cycle d'analyse des marchés 4, 5 et 6, Marchés pertinents du haut et du très haut débit, Bilan et perspectives, consultation publique ouverte du 4 juillet au 16 septembre 2013, p.49.

4. EFFETS CONGLOMÉRAUX EN RELATION AVEC LE MARCHÉ DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE ENTREPRISES

557. Une concentration est susceptible d'entraîner des effets congloméraux lorsque la nouvelle entité étend ou renforce sa présence sur des marchés présentant des liens de connexité avec d'autres marchés sur lesquels elle détient un pouvoir de marché.
558. En l'espèce, l'opération permet à la nouvelle entité de renforcer sa position sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques aux entreprises, position qu'elle pourrait utiliser pour évincer ses concurrents sur le segment « entreprises » du marché de la téléphonie mobile.
559. La pratique décisionnelle considère qu'une opération conglomérale porte atteinte à la concurrence lorsque la nouvelle entité a non seulement la capacité matérielle d'exercer un effet de levier, mais également lorsqu'elle est incitée à le faire et que l'exercice de cet effet de levier a un impact significatif sur la concurrence sur les marchés concernés³⁸⁵.
560. Ces critères ne sont pas remplis en l'espèce. En effet, la nouvelle entité n'aura pas la capacité de mettre en œuvre une stratégie conglomérale anticoncurrentielle. De plus, à supposer que la nouvelle entité soit incitée à commercialiser des offres groupées/liées, une telle stratégie n'aura pas d'impact significatif sur la concurrence.
561. Une stratégie conglomérale ne peut avoir d'effet que si une part suffisante des acheteurs est susceptible d'être intéressée par l'achat simultané des produits en cause. En l'espèce, les clients (entreprises) sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises ont également des besoins en matière de téléphonie mobile. Il est toutefois ressorti du test de marché que très peu de clients souhaitaient concentrer tous leurs besoins de télécommunications auprès d'un seul fournisseur. La nouvelle entité s'exposerait ainsi à un risque de perte importante de clientèle en mettant en œuvre une stratégie de ventes liées.
562. D'abord, l'analyse des appels d'offres passés par les clients révèle que peu d'appels d'offres (moins de 10 %) contiennent un lot unique visant les services de détail de télécommunications fixes et la téléphonie mobile. Ensuite, il est apparu que les clients préféreraient généralement maintenir des lots distincts pour garder un pouvoir de négociation à l'égard des fournisseurs. Un changement d'opérateur peut en effet être long (jusqu'à 12 mois) et coûteux. Les clients considèrent donc qu'il est important de ne pas être dépendant d'un seul opérateur. Avoir plusieurs fournisseurs permet ainsi de faire jouer la concurrence pour optimiser les coûts et pouvoir changer l'un de ses fournisseurs sans discontinuité de service.
563. Pour apprécier l'impact sur la concurrence d'une éventuelle stratégie conglomérale, la pratique décisionnelle examine en outre dans quelle mesure les concurrents sont susceptibles d'offrir une gamme aussi complète de produits³⁸⁶.
564. En l'espèce, plusieurs concurrents sont en mesure de proposer une gamme de produits aussi étendue que les parties. En particulier, Orange détient une position plus forte sur le marché des services de télécommunications fixes comme sur le marché de la téléphonie mobile. Bouygues Telecom opère également sur les deux marchés. S'agissant des concurrents monoproducteurs, ils ont indiqué que la possibilité de proposer une offre groupant les services de télécommunications fixes spécifiques et la téléphonie mobile n'était pas un argument

³⁸⁵ *Lignes directrices de l'Autorité en matière de contrôle des concentrations*, §481.

³⁸⁶ *Id.*, §489.

décisif pour les clients et souligné que la convergence fixe-mobile était encore limitée sur le marché entreprises.

565. Par conséquent, le risque que la nouvelle entité évince ses concurrents sur le marché de la téléphonie mobile en utilisant sa position sur le marché de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises doit être écartée.

E. MARCHÉS DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

1. EFFETS HORIZONTAUX

a) Marché de détail de la téléphonie mobile

i. En métropole

Présentation des activités des parties

566. SFR est le deuxième opérateur de téléphonie mobile en France. Il adresse l'ensemble des besoins des clients grand public avec une gamme complète d'offres et de services (offres d'abonnement mobile avec et sans engagement, offres prépayées ainsi que des offres internet mobile hors voix). SFR détient un parc de 21 millions abonnés résidentiels et cible également, via SFR Business Team, la clientèle entreprises, qui représente 160 000 clients.
567. Les réseaux 2G et 3G de SFR couvrent au moins 99 % de la population, couverture supérieure à celle proposée par Bouygues Telecom (96,5 % de la population couverte pour la 3G) et comparable à celle d'Orange. Le réseau 4G de SFR couvre en revanche seulement 30 % de la population française et se situe loin derrière les réseaux d'Orange et Bouygues Telecom, dont la couverture atteint respectivement 66 % et 70 % de la population³⁸⁷.
568. Pour améliorer la qualité de leurs réseaux et combler leur retard vis-à-vis d'Orange, SFR et Bouygues Telecom ont conclu le 31 janvier 2014 un accord de mutualisation d'une partie de leurs réseaux mobile. SFR et Bouygues Telecom ont ainsi prévu de déployer un réseau partagé sur une zone correspondant à 57 % de la population (soit l'ensemble du territoire en dehors des 32 plus grosses agglomérations de plus de 200 000 habitants et des zones blanches). Cet accord vise la 2G, la 3G et la 4G. Il comprend également une itinérance 4G temporaire fournie par Bouygues Télécom à SFR couvrant 21 % au maximum de la population pour une durée de deux ans et demi.
569. Numericable a une activité marginale de téléphonie mobile qui repose uniquement sur un contrat de MVNO conclu avec Bouygues Telecom, par lequel cette dernière lui donne accès à son réseau. Numericable ne compte à ce jour que 185 000 clients (1 000 lignes seulement dédiées à la clientèle professionnelle).

Analyse

570. SFR représente 28 % du marché de détail de la téléphonie mobile ([30-40] % sur le segment des offres limitées à un accès internet permanent et [20-30] % sur les offres mixtes) et Numericable 0,2 % ([0-5] % sur le segment des offres limitées à un accès internet permanent

³⁸⁷ Observatoire de l'Arcep du 10 juillet 2014.

et [0-5] % sur les offres mixtes) en métropole. La Poste Mobile sur laquelle SFR exerce un contrôle conjoint détient une part de marché de 1,4 % ([0-5] % sur les offres mixtes).

571. Sur le segment de la clientèle résidentielle, les parts de marché des parties s'élèvent à 24 % pour SFR et 0,2 % pour Numericable. Elles s'élèvent à 33 % pour SFR et moins de 0,1 % pour Numericable sur le segment de la clientèle professionnelle. La part de marché de La Poste Mobile est inférieure à 2 % sur ces deux segments.
572. L'incrément de part de marché est donc limité quelle que soit la délimitation du marché retenue. En outre, la nouvelle entité restera confrontée à la concurrence d'Orange (35 % de part de marché), Bouygues Telecom (15 %) et Free Mobile (11 %). En particulier, la stratégie de « maverick » de Free et son positionnement tarifaire agressif continueront d'exercer une forte pression concurrentielle sur le marché à l'issue de l'opération. Enfin, les MVNO, dont la part de marché est passée de 5 % au premier trimestre 2008 à 11 % au quatrième trimestre 2013³⁸⁸, seront également source de contrainte concurrentielle.
573. Par conséquent, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux sur le marché de détail de la téléphonie mobile en métropole.

ii. Dans l'Océan Indien

574. L'opération entraîne des effets horizontaux significatifs sur les marchés de détail de la téléphonie mobile dans l'Océan Indien où elle renforce la position dominante de SFR et de sa filiale locale SRR et élimine le principal moteur de concurrence sur le marché (Outremer Telecom). Ces effets ne pourront en outre être compensés par la concurrence exercée par Orange ni par l'arrivée d'un nouvel entrant à court terme, compte tenu de l'importance des barrières à l'entrée sur ces marchés.

Structure de l'offre et position des parties

◆ La Réunion

575. Avant l'opération, il n'existe que trois opérateurs de téléphonie mobile à La Réunion :
- SFR, via sa filiale SRR, est l'opérateur historique : SRR a lancé une offre de téléphonie mobile à La Réunion en 1996 et commercialise ses offres sous les marques SRR et SFR Réunion, ainsi que NRJ Mobile dans le cadre d'un accord de licence de marque ;
 - Orange, via sa filiale Orange Réunion, est active depuis décembre 2000 : Orange Réunion commercialise ses offres sous sa propre marque et exploite les marques Universal Music Mobile et Antenne Réunion Mobile dans le cadre d'accords de licence ;
 - Altice, via sa filiale Outremer Telecom (ou « OMT ») dont Altice a pris le contrôle exclusif en juillet 2013 : Outremer Telecom est actif à La Réunion depuis 2007 et commercialise ses offres sous la marque Only. Outremer Telecom commercialise également des secondes marques mobiles : ON (positionnement jeunes) et RIFE (marque sans engagement).
576. Les parts de marché des parties et de leurs concurrents³⁸⁹, ainsi que l'impact de l'opération sur la structure concurrentielle du marché sont détaillées dans le tableau suivant :

³⁸⁸ La part de marché de La Poste Mobile est comprise dans ce chiffre.

³⁸⁹ Notification, p. 117. L'Arcep a également fourni ses propres estimations, sur la base de données confidentielles, en parc et en valeur, qui sont très similaires aux estimations en volume de la partie notifiante.

Avant l'opération			Après l'opération		
Opérateurs	PDM en vol.	IHH	Opérateurs	PDM en vol.	IHH
SRR	[50-60] %	[...]	Nouvelle entité	[60-70] %	[...]
OMT	[5-10] %	[...]			
Orange	[30-40] %	[...]	Orange	[30-40] %	[...]
Total	100 %	[...]	Total	100 %	[...]
Delta d'IHH					[...]

577. L'opération entraînera donc une restructuration majeure du marché, en matérialisant un passage de 3 à 2 opérateurs de téléphonie mobile. Avec un IHH de plus de [...] à l'issue de l'opération et un delta très supérieur à [...], les indices de concentrations du marché résultant de l'opération dépassent largement les seuils à partir desquels une atteinte à la concurrence horizontale est probable.

◆ Mayotte

578. Les opérateurs mahorais sont les mêmes qu'à La Réunion et ils commercialisent leurs offres à Mayotte sous les mêmes marques. SFR exploite également à Mayotte la marque 976 Mobile. Comme à La Réunion, aucun MVNO n'est actif à Mayotte.

579. Les parts de marché des parties et de leurs concurrents, ainsi que l'impact de l'opération sur la structure concurrentielle du marché sont détaillées dans le tableau suivant :

Avant l'opération			Après l'opération		
Opérateurs	PDM en vol.	IHH	Opérateurs	PDM en vol.	IHH
SRR	[50-60] %	[...]	Nouvelle entité	[90-100] %	[...]
OMT	[30-40] %	[...]			
Orange	[5-10] %	[...]	Orange	[5-10] %	[...]
Total	100 %	[...]	Total	100 %	[...]
Delta d'IHH					[...]

580. L'opération confèrera donc un quasi-monopole à la nouvelle entité. Le nombre d'opérateurs actifs sur le marché passera de 3 à 2, le seul concurrent des parties représentant 1/10^{ème} du parc des parties. Les indices de concentrations du marché résultant de l'opération dépassent de manière considérable les seuils à partir desquels une atteinte à la concurrence horizontale est probable.

Proximité concurrentielle des parties

◆ La Réunion

581. La partie notifiante estime qu'Orange constituerait son concurrent le plus proche à La Réunion, mais ne dispose d'aucune étude précise permettant de l'étayer³⁹⁰. Les éléments au dossier sont toutefois plus nuancés. En effet, s'il apparaît effectivement que le positionnement d'Orange Réunion est plus proche de celui de SRR que ne l'est celui d'Outremer Telecom, l'évolution des parts de marché des différents opérateurs tend au contraire à montrer que les pertes de parts de marché de SRR depuis l'entrée d'Outremer Telecom se sont plutôt faites au bénéfice de ce dernier.
582. **Positionnement des opérateurs mobiles.** Les éléments qualitatifs recueillis dans le cadre du test de marché tendent à confirmer la présentation de la partie notifiante. Orange, qui restera le seul concurrent de la nouvelle entité, estime en effet qu'Outremer Telecom et SRR ne sont pas des concurrents « proches » dans la mesure où ils mettent en œuvre des stratégies différentes. En effet, alors que SRR est perçu comme un opérateur focalisé sur la préservation de la « valeur » du marché, Outremer met en œuvre une stratégie commerciale de conquête. Il en ressort des différences de positionnement tarifaire (tarifs élevés pour SRR, positionnement agressif pour Only), de clientèle (leader sur l'ensemble du marché pour SRR, essentiellement le bas de marché pour Only), de réseau (SRR disposant d'un plus grand nombre d'antennes et d'une meilleure qualité du réseau) et d'image de marque³⁹¹.
583. La comparaison des tarifs des opérateurs permet également d'étayer la différence de positionnement entre SRR et Outremer Telecom et, au contraire, la proximité entre SRR et Orange Réunion.
584. Pour effectuer cette comparaison, il convient en premier lieu d'indiquer que la majorité du parc mobile réunionnais (>60 %) a souscrit une offre post-payée. Une partie minoritaire du parc (>40 %) souscrit donc une offre pré-payée³⁹². En post-payé comme en pré-payé, les différences de structures entre les offres rendent les comparaisons malaisées. Deux comparaisons sont toutefois possibles.
585. Premièrement, les données communiquées par la partie notifiante³⁹³ montrent que tous les opérateurs proposent une offre post-payée voix et SMS illimités + data 1 Go. Cette offre est facturée 99 euros/mois sans engagements chez SRR et Orange (79 euros avec engagement 12 mois) contre 34,99 euros chez OMT (sans engagement).
586. Deuxièmement, une comparaison des meilleurs tarifs par opérateurs pour une consommation donnée montre de la même manière qu'Outremer Telecom pratique les tarifs les plus agressifs, alors que le positionnement de SRR et Orange Réunion reste relativement proche :
- 1h voix : 14,99 euros/mois chez OMT contre 19 euros chez SRR et Orange ;
 - 2h voix : 14,99 euros chez OMT contre 19 euros chez Orange et 29 euros chez SRR ;

³⁹⁰ Notification, p. 138.

³⁹¹ Réponse d'Orange au test de marché de phase 1, question n° 305.

³⁹² Avis Arcep, part des offres prépayées et post-payées au premier trimestre 2014, p. 62 (VNC : p. 56). Selon les estimations de la partie notifiante, les parts de marché du nouvel ensemble s'élèveraient à 69,5 % sur le post-payé (59 % pour SRR et 10,5 % pour OMT) et à 58,5 % sur le pré-payé (49 % pour SRR et 9,5 % pour OMT) à La Réunion (notification, p. 122).

³⁹³ Notification, p. 118 et s., benchmark des principales offres à La Réunion.

- 4h voix : 14,99 euros chez OMT contre 49 euros chez Orange et 39 euros chez SRR³⁹⁴.
587. Il s'ensuit que, pour des abonnements comparables le positionnement tarifaire de SRR et d'Orange Réunion est proche, sinon identique, alors que celui d'Outremer Telecom est très inférieur.
588. Enfin, les données communiquées par l'Arcep montrent qu'Outremer Telecom dispose de beaucoup moins de sites 2G et 3G que SRR³⁹⁵. Outremer Telecom dispose donc d'une plus faible couverture du territoire et d'une moindre qualité de service que SRR. En revanche, les mêmes données montrent que SRR et Orange Réunion disposent d'un nombre à peu près équivalent de sites 2G, Orange disposant du plus grand nombre de sites 3G, même si les différences entre les deux leaders apparaissent, à cet égard, bien moins significatives que l'écart qui les sépare d'Outremer Telecom.
589. **Evolution des parts de marché.** La substituabilité entre les offres des différents opérateurs du point de vue de la demande et, par conséquent, leur proximité concurrentielle, peut être analysée sur la base de l'observation des reports de clientèle d'un opérateur à l'autre. Au cas présent, la partie notifiante n'a toutefois été en mesure de produire qu'une analyse des flux de portabilité depuis et vers OMT sans qu'il soit possible d'identifier le réseau d'origine ou de destination des abonnés entrants et sortants. Il en ressort néanmoins que, durant l'année 2013, le solde d'abonnés entrants/sortants sur le réseau d'OMT s'est amélioré en faveur de l'opérateur. Il n'est en revanche pas possible d'en tirer de conclusion quant à la direction des reports de clientèle sur le marché. On peut tout au plus observer qu'Outremer Telecom apparaît avoir sensiblement accru ses recrutements au cours de l'année 2013, les flux de portabilité entrants depuis SRR et Orange Réunion restant significativement supérieurs aux flux sortants vers SRR et Orange Réunion sur la période juin-décembre 2013.
590. Les données communiquées par les parties ne concernent que l'année 2013. Les données publiées par l'Arcep permettent néanmoins de faire des observations sur la période antérieure. Ainsi, dans une consultation publique relative aux marchés ultra-marins conduite du 17 juillet au 30 septembre 2013, l'Arcep constate que les parts de marché en parc actif des trois opérateurs réunionnais sont relativement stables sur la période 2010-2012, avec 58 % pour SRR, 31 % pour Orange Réunion et 11 % pour Outremer Telecom. L'évolution des parts de marché entre 2007 et 2012 montre toutefois que les pertes de parts de marché de SRR (de l'ordre de 64 % en 2007 à 58 % en 2012) ont été principalement subies au bénéfice d'Outremer Telecom alors que la part de marché d'Orange Réunion est restée relativement stables sur la période³⁹⁶.
591. A défaut de données précises relatives aux reports de clientèle entre opérateurs, ces observations nuancent les affirmations des parties et les conclusions qu'il est possible de tirer des seules observations du positionnement tarifaire des opérateurs. En réalité, il apparaît que l'entrée sur le marché d'Outremer Telecom en 2007 a donné aux consommateurs réunionnais une alternative moins onéreuse, probablement peu adressée par les offres de SRR et d'Orange avant l'opération. L'examen du rôle joué par Outremer Telecom dans l'animation de la concurrence à La Réunion permet donc de mieux appréhender les effets de l'opération.

³⁹⁴ Voir avis Arcep, p. 61 (VNC : p. 56) (comparaisons effectuées sur la base des offres proposées sur les sites internet des opérateurs).

³⁹⁵ Avis Arcep, p. 59 (VNC : p. 54).

³⁹⁶ Arcep, « Outre-mer : nouvelles fréquences, nouveaux enjeux », Consultation publique du Gouvernement et de l'Arcep du 17 juillet au 30 septembre 2013, figure 13, p. 32.

◆ Mayotte

592. La proximité concurrentielle de SRR et Outremer Telecom prête moins à discussion à Mayotte, dans la mesure où les parties forment un quasi-duopole préalablement à l'opération. La partie notifiante estime d'ailleurs que la majorité des reports de demande depuis le réseau de SFR se reportent vers Outremer Telecom à Mayotte.
593. Contrairement à La Réunion, plus de 80 % des abonnements sont pré-payés à Mayotte, contre moins de 20 % post-payés³⁹⁷. En outre, la proximité tarifaire des parties est beaucoup plus importante à Mayotte, avec tout au plus un centime de différence du prix/minute vers Mayotte ou La Réunion en pré-payé. De la même manière, les forfaits d'abondance post-payés sont à un tarif similaire (autour de 40 euros/mois) chez SRR et Outremer Telecom³⁹⁸.
594. L'évolution des parts de marché des parties depuis 2007³⁹⁹ montre également que SRR perd des parts de marché au bénéfice d'Outremer Telecom, Orange Réunion ne parvenant pas à prendre des parts de marché significatives à Mayotte.

L'opération élimine un moteur important de concurrence

◆ La Réunion

595. **Rôle d'Outremer Telecom dans l'animation concurrentielle du marché.** Une concentration horizontale est d'autant plus susceptible de porter atteinte à la concurrence qu'elle concerne un opérateur jouant un rôle important dans l'animation de la concurrence sur le marché concerné. La Commission européenne considère ainsi que certaines entreprises ont un rôle plus important dans le jeu de la concurrence que ne le laisseraient supposer leurs parts de marché. Toute opération à laquelle serait partie une entreprise de ce type pourrait modifier la dynamique de la concurrence de manière significative et préjudiciable à celle-ci, en particulier si le marché est déjà concentré⁴⁰⁰.
596. Outremer Telecom est le dernier opérateur mobile entré sur le marché, 11 ans après SRR et 7 ans après Orange. L'examen de son positionnement tarifaire montre qu'Outremer Telecom joue le rôle de maverick sur le marché, ce que confirme l'avis de l'Arcep, selon lequel : « à La Réunion comme à Mayotte, les améliorations des offres ces dernières années en termes de services (...) ou en matière de baisse de tarif ont pour la plupart été offertes en premier ou démocratisées par Outremer Telecom. (...). Outremer Telecom est ainsi aujourd'hui un contributeur essentiel à l'animation du marché mobile à La Réunion et à Mayotte, tant sur le marché résidentiel que sur le marché entreprise »⁴⁰¹.
597. L'Arcep observe ainsi qu'Outremer Telecom est à l'origine du développement commercial des offres dites « d'abondance », c'est-à-dire les offres de services vocaux 24h/24. L'Arcep observe également que « la tendance globale outre-mer est à une baisse des prix de détail sur le mobile, dont Outremer Telecom est un acteur majeur (...). Cette tendance est plus marquée sur les offres intégrant une composante « service de données ». Depuis fin 2012, les prix des

³⁹⁷ Avis Arcep, p. 62 (VNC : p. 56). Selon les estimations de la partie notifiante, les parts de marché du nouvel ensemble s'élèveraient à [80-90] % sur le post-payé ([40-50] % pour SRR et [30-40] % pour OMT) et à [90-100] % sur le pré-payé ([50-60] % pour SRR et [30-40] % pour OMT) à Mayotte (notification, p. 122).

³⁹⁸ Notification, p. 121.

³⁹⁹ Arcep, « Outre-mer : nouvelles fréquences, nouveaux enjeux », Consultation publique du Gouvernement et de l'Arcep du 17 juillet au 30 septembre 2013, figure 13, p. 32.

⁴⁰⁰ Lignes directrices de la Commission européenne sur l'appréciation des concentrations horizontales, §37.

⁴⁰¹ Avis Arcep, p. 64 (VNC : p. 59).

forfaits post-payés d'entrée et de cœur de gamme ont sensiblement baissé outre-mer »⁴⁰². Zeop a également souligné dans sa réponse au test de marché la « *stratégie de 3^{ème} entrant de OMT en 2007 [visant] précisément à prendre des parts de marché aux opérateurs historiques (prix bas, offre agressive vers le bas de marché prépayé, offre d'abondance)* »⁴⁰³.

598. Ces observations sont confirmées par les données communiquées par la partie notifiante, qui considère avoir apporté à travers les forfaits de la gamme NEXT+, le « *1^{er} forfait des DOM à proposer des appels et SMS illimités 24h/24 + 1 Go d'internet à partir de 49,99 € (...) une vraie dynamique sur les marchés de La Réunion et de Mayotte* », ajoutant qu'« *avec ces forfaits Outremer Telecom apporte une nouvelle réponse aux besoins des clients* »⁴⁰⁴.
599. Ce type d'offre a donc été lancé à l'initiative d'Outremer Telecom au 2^{ème} trimestre 2012. L'opérateur a ensuite poursuivi ses initiatives tarifaires, avec le lancement d'offres dématérialisées (carte SIM seule commercialisée en ligne), d'abord à 9,99 euros début 2013 puis à 2 euros à partir du 3^{ème} trimestre 2013. Outremer Telecom commercialise ainsi le forfait le moins cher du marché.
600. La partie notifiante concède elle-même qu'« *à périmètre « télécom » comparable, les tarifs sont moins élevés chez Outremer Telecom* »⁴⁰⁵.
601. Il s'ensuit qu'Outremer Telecom joue un rôle moteur dans l'animation concurrentielle depuis son entrée sur le marché réunionnais, tant du point de vue des services contenus dans les forfaits commercialisés que du point de vue tarifaire. Outremer Telecom adopte en effet un positionnement tarifaire très agressif, notamment par rapport à celui de SRR, qui a systématiquement suivi et réagi aux offres de rupture d'Outremer Telecom (développement du parc prépayé, lancement de forfaits low cost, offre d'abondance, etc.)⁴⁰⁶.
602. Par conséquent, même si l'opération matérialisera la prise de contrôle de SRR par la société mère d'Outremer Telecom, celle-ci aboutira à la disparition de la pression concurrentielle actuellement exercée par Outremer Telecom.
603. ***L'opération modifiera les incitations du nouvel ensemble.*** L'incitation d'un opérateur comme Outremer Telecom à proposer des forfaits innovants et adopter une politique tarifaire agressive est liée à l'état de sa base d'abonnés. Outremer Telecom est le dernier entrant sur le marché et a donc adopté jusqu'à présent une stratégie de conquête de clientèle.
604. La Commission européenne a déjà eu l'occasion de relever que « *l'industrie de la téléphonie mobile est caractérisée par d'importants investissements en vue de la création d'un réseau (...), par les coûts afférant à l'exploitation du réseau et largement indépendants des minutes effectivement utilisées, et par des coûts variables relativement moindres* »⁴⁰⁷. La Commission européenne considère par conséquent que « *les incitations varient selon l'ampleur de la clientèle. La conquête de nouveaux clients grâce à de nouvelles offres et des tarifs agressifs mènera à une plus faible rentabilité de la clientèle existante étant donné que les conditions de tels tarifs doivent également être appliquées à celle-ci. Mais cette répercussion n'est pas nécessairement ressentie immédiatement : il est possible d'établir une distinction entre les tarifs des nouveaux clients et ceux des clients existants (...). Dans le temps toutefois, la*

⁴⁰² Avis Arcep, p. 60 (VNC : p. 55).

⁴⁰³ Réponse d'Oceinde à la question 188 du test de marché de phase I.

⁴⁰⁴ Notification, p. 137.

⁴⁰⁵ Réponse de la partie notifiante du 21 mai 2012 « bloc n° 1 Mobile », p. 56.

⁴⁰⁶ Réponse d'Oceinde à la question 306 du test de marché de phase I.

⁴⁰⁷ Décision de la Commission européenne n° M.3916, T-Mobile Austria/Tele.ring, du 26 avril 2006, §75.

diminution des tarifs pour les nouveaux clients aura également des répercussions, tout du moins à moyen terme, sur les clients existants qui n'accepteront pas le maintien d'une telle différence ; l'opérateur pourra alors craindre de perdre cette clientèle. Ainsi, plus la clientèle est importante, moins il est probable de proposer des tarifs peu élevés aux nouveaux clients. En effet, l'éventuelle perte de gains par rapport à la clientèle existante ne serait plus compensée par les recettes supplémentaires attendues des nouveaux clients »⁴⁰⁸.

605. Ceci explique non seulement le positionnement agressif d'Outremer Telecom, mais également le maintien par SRR de tarifs beaucoup plus élevés. SRR (comme Orange Réunion) ont toutefois dû adapter leurs offres de service pour suivre les initiatives d'Outremer Telecom, qui est le premier à avoir commercialisé des offres d'abondance. Cette adaptation ne s'est toutefois pas accompagnée d'un alignement tarifaire.
606. La politique commerciale agressive d'Outremer Telecom se traduit également par de moindres revenus par client que ceux touchés par SRR (et Orange). Les données communiquées par l'Arcep illustrent ce phénomène, qui apparaît durable dans le temps, Outremer Telecom tirant un revenu mensuel moyen par client très significativement inférieur à celui de ses deux concurrents, même si la tendance semble connaître un infléchissement avec la croissance du revenu moyen d'Outremer Telecom, notamment depuis 2012⁴⁰⁹.
607. Or, la concentration permettra à la nouvelle entité d'accroître considérablement sa base de clientèle, SRR représentant 407 000 abonnés à La Réunion contre 80 500 pour Outremer Telecom. L'opération multipliera donc par 6 la base d'abonnés d'Altice à La Réunion.
608. Il apparaît ainsi peu probable que la nouvelle entité poursuive la stratégie de conquête de clientèle d'Outremer Telecom et propose des tarifs plus faibles pour les nouveaux clients. En effet, comme la Commission européenne l'a relevé dans la décision *Hutchison 3G Austria/Orange Austria*, les clients actuels de la nouvelle entité n'accepteront pas la différence de traitement ; la nouvelle entité risquera alors de perdre une partie de sa clientèle existante et les recettes attendues des nouveaux clients ne pourront plus compenser les pertes sur sa base d'abonnés, compte tenu de l'ampleur de celle-ci à l'issue de l'opération (et donc du potentiel de clients perdus plus grand à l'issue de l'opération).
609. Par conséquent, l'opération réduira les incitations du nouvel ensemble à animer la concurrence. La nouvelle entité, représentant plus de 65 % des abonnés réunionnais⁴¹⁰ et faisant face à un seul concurrent, Orange Réunion, dont la politique tarifaire est comparable à celle de SRR avant l'opération, n'aura aucune incitation à sacrifier la rentabilité de sa base d'abonnés pour attirer de nouveaux clients par des baisses de prix. Au contraire, l'accroissement de sa base d'abonnés et l'élimination de la principale contrainte pesant sur ses prix devrait renforcer l'incitation du nouvel ensemble à accroître ses revenus par abonné.
610. La concentration entraîne donc un risque très significatif de hausses de prix à La Réunion. En ce sens, Zeop souligne que « *il est évident que si l'opération de concentration aboutit, ni OMT sur le mobile, ni Mobius sur l'accès internet ne joueront [le] rôle de « Maverick » à La Réunion, cherchant au contraire, dans une stratégie nationale d'opérateur intégré à favoriser les revenus et les marges sous la marque unique SFR* »⁴¹¹. Il convient de souligner à cet égard

⁴⁰⁸ *Id.*, §77 ; voir également la décision de la Commission européenne n° M.6497, *Hutchison 3G Austria/Orange Austria*, du 12 décembre 2012, §257.

⁴⁰⁹ *Avis Arcep*, p. 64 (VNC : p. 58).

⁴¹⁰ *Avis Arcep*, p. 62 (VNC : p. 57).

⁴¹¹ *Réponse d'Oceinde à la question 188 du test de marché de phase I*.

que l'offre low cost d'Omer Telecom est déjà passée de 2 à 4,99 euros à compter du 1^{er} juillet 2014⁴¹².

◆ Mayotte

611. La dynamique concurrentielle du marché mahorais est portée par Outremer Telecom. L'Arcep observe ainsi qu'« à Mayotte, Outremer Telecom n'a cessé de gagner des parts de marché depuis son entrée sur le marché en 2007, au détriment principalement de SRR »⁴¹³.
612. Comme indiqué ci-dessus, l'Arcep observe qu'Outremer Telecom a fortement animé la concurrence ces dernières années, tant du point de vue tarifaire qu'en termes de services⁴¹⁴. L'Arcep relève qu'Orange anime également la concurrence sur le marché mahorais, ce qui ressort effectivement de la comparaison du positionnement tarifaire de l'opérateur vis-à-vis des parties à Mayotte. Toutefois, force est de constater que ce positionnement ne se traduit pas par des conquêtes significatives de parts de marché. Les données communiquées par Orange indiquent ainsi que l'opérateur ne dégagne quasiment aucune marge par abonné et connaît un taux de « churn » très important à Mayotte⁴¹⁵. L'Arcep rapporte en outre qu'Orange ne dispose d'aucune couverture 3G à Mayotte, contrairement aux parties⁴¹⁶.
613. La concentration éliminera ainsi le principal contributeur à l'animation concurrentielle du marché mahorais pour y former un quasi-monopole. En l'état de ses infrastructures, Orange semble incapable d'exercer une réelle contrainte sur les prix du nouvel ensemble. La concentration entraîne donc une entrave très significative à la concurrence à Mayotte.

Barrières à l'entrée

614. Deux types d'entrées sont schématiquement concevables sur les marchés de la téléphonie mobile : l'entrée d'un opérateur de réseau (MNO), et l'entrée d'opérateurs uniquement actifs sur le marché de détail, adossés au réseau d'un MNO (MVNO).
615. L'entrée de tout nouvel opérateur, MNO ou MVNO, se heurte en premier lieu à l'étroitesse de l'espace économique à La Réunion et à Mayotte, résultant d'une part du petit nombre d'habitants, d'autre part d'un revenu moyen par habitant relativement limité. Le marché mobile à La Réunion comme à Mayotte est en outre désormais mature, et caractérisé par la domination de SRR.
616. Orange a notamment indiqué en ce sens que « le marché mobile à La Réunion et à Mayotte est tout à la fois étroit et mature. Il n'offre que peu d'opportunités à un nouvel acteur, qu'il soit MNO ou MVNO et ce d'autant plus que SRR y reste un opérateur particulièrement dominant. Le marché est en outre marqué par plus de dix années de pratiques anticoncurrentielles de SRR. Ces pratiques sont particulièrement et durablement dommageables dans la mesure où elles ont conduit à donner des concurrents de SRR l'image d'opérateurs chers (pratiques de différenciation tarifaire abusives des appels des clients vers les autres réseaux) »⁴¹⁷.

⁴¹² http://www.zinfos974.com/Rife-se-joue-de-sa-clientele-Reunionnaise-_a72997.html.

⁴¹³ Arcep, « Outre-mer : nouvelles fréquences, nouveaux enjeux », Consultation publique du Gouvernement et de l'Arcep du 17 juillet au 30 septembre 2013, figure 13, p. 32.

⁴¹⁴ Avis Arcep, p. 64 (VNC : p. 59).

⁴¹⁵ Réponse d'Orange à la question 298 du test de marché de phase I.

⁴¹⁶ Avis Arcep, p. 59 (VNC : p. 54).

⁴¹⁷ Voir notamment la réponse d'Orange au test de marché de phase I, question n° 304 ; voir également la réponse d'Océinde, question n° 300.

617. L'Autorité de la concurrence a elle-même récemment relevé l'importance des barrières à l'entrée sur le marché de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte dans sa décision n° 14-D-05 du 13 juin 2014, constatant « *l'importance des barrières non techniques à l'entrée sur le marché, tenant par exemple à la nécessité de déployer un réseau de vente pertinent, d'acquérir et fidéliser une clientèle dans un contexte de marché mûr (...). Plus précisément, il s'agit pour un nouvel entrant de réaliser ou d'accéder à un réseau de distribution mono-marque et/ou multimarque lui offrant une présence commerciale suffisante sur un plan quantitatif et qualitatif, ce qui implique de forts coûts échoués (...). Par ailleurs, sur un marché arrivé à maturité, les coûts de changement d'opérateurs (« switching costs ») sont aussi susceptibles de constituer des barrières à l'entrée pour de nouveaux entrants. De plus, le nombre de clients potentiels pour un nouvel entrant est d'autant plus réduit que le marché de la téléphonie mobile [à La Réunion et à Mayotte] se caractérise, comme en métropole, par des périodes d'engagements importantes (de 12 ou 24 mois) »⁴¹⁸.*
618. L'entrée d'un nouvel MNO se heurte en outre à de très importantes barrières propres aux MNO. La première, d'ordre réglementaire, découle de la nécessité d'obtenir les autorisations d'utilisation de fréquence nécessaires auprès de l'Arcep.
619. Or, constatant que les ressources disponibles de fréquences sont plus rares, l'Arcep a mis fin à la procédure d'attribution de fréquence dite « au fil de l'eau » (instruction des demandes au fur et à mesure de leur réception) en mai 2013 et suspendu l'instruction des demandes en cours. Dans le cadre de la consultation publique relative aux marchés ultra-marins conduite du 17 juillet au 30 septembre 2013 par l'Arcep, il a été confirmé que les ressources disponibles de fréquence 4G ne permettaient plus de satisfaire les besoins de tous les opérateurs⁴¹⁹. La suspension de procédure d'attribution de fréquence « au fil de l'eau » a donc été maintenue ; un appel à candidatures doit être lancé pour l'attribution des fréquences encore disponibles.
620. Ainsi, Zeop, candidat à l'octroi de fréquences 2G/3G/4G à La Réunion et à Mayotte depuis fin 2012 n'a pu à ce jour obtenir d'autorisation d'utilisation de fréquences de l'Arcep⁴²⁰.
621. En outre, de manière générale, le traitement des demandes d'autorisation d'utilisation de fréquences peut prendre plusieurs mois⁴²¹. Elle impose par ailleurs au demandeur de respecter un cahier des charges précis sur les conditions d'utilisation des fréquences concernant notamment (i) la nature et les caractéristiques des équipements pour utiliser les fréquences attribuées, (ii) l'offre de services à développer à partir des fréquences, (iii) les conditions de permanence, de qualité et de disponibilité des services (l'opérateur prend en charge dans ce cadre la réalisation de mesures sur son réseau de la qualité de service conformément à la méthodologie définie par l'Arcep), (iv) les obligations de couverture du territoire pour lequel les fréquences sont attribuées (obligation de rendre compte chaque année à l'Arcep). L'opérateur doit également s'acquitter d'une redevance importante⁴²².

⁴¹⁸ Décision n° 14-D-05 du 13 juin 2014 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la téléphonie mobile à destination de la clientèle résidentielle à La Réunion et à Mayotte.

⁴¹⁹ Arcep, « Outre-mer : nouvelles fréquences, nouveaux enjeux », Consultation publique du Gouvernement et de l'Arcep du 17 juillet au 30 septembre 2013, figure 13, p. 32.

⁴²⁰ Réponses d'Oceinde aux questions 298 et 302 du test de marché de phase I.

⁴²¹ Voir par exemple la décision n° 2011-0306 de l'Arcep en date du 15 mars 2011 autorisant la société BJT Partners à utiliser des fréquences dans les bandes 900 MHz et 1800 MHz pour établir et exploiter un réseau radioélectrique terrestre ouvert au public dans la collectivité d'outre-mer de Mayotte.

⁴²² Par exemple pour la 3G à La Réunion, l'opérateur doit s'acquitter d'une redevance d'utilisation des fréquences radioélectriques se composant : (i) d'une part fixe, proportionnelle à la quantité de fréquences attribuées (2 287,5 euros par MHz – 5 MHz ont été par exemple attribués à Orange) (ii) d'une part variable annuelle de 1% du chiffre d'affaires des activités 3G à La Réunion (voir notamment décision n° 2008-0398 de l'Arcep du 27 mars 2008 autorisant la société Orange

622. Ensuite, comme l'ont souligné les parties, les marchés de la téléphonie mobile de La Réunion et Mayotte sont de petite taille et les économies d'échelles y sont limitées (les coûts fixes par client sont donc élevés)⁴²³. Le déploiement d'un réseau y est donc particulièrement difficile à rentabiliser. Comme cela ressort également de la notification, les spécificités géographiques de La Réunion et de Mayotte imposent des contraintes supplémentaires au développement d'un réseau : les opérateurs doivent « *investir dans des équipements adaptés aux contraintes climatiques ainsi qu'à la topographie de ces territoires* » ; par ailleurs, « *des investissements spécifiques en capacité sous-marine doivent être réalisés par les opérateurs. Ainsi, les contributeurs à la consultation publique menée par l'ARCEP à propos du développement de la 4G sur ces territoires estiment que leurs besoins en bande passante sur les câbles sous-marins vont tripler voire quadrupler dans les cinq années à venir compte tenu de la croissance des usages sur le haut et très haut débit (sur le mobile 3G/4G mais également sur le fixe)* »⁴²⁴.
623. Dans le même sens, Zeop et Digicel ont souligné les obstacles techniques au déploiement d'un réseau mobile à La Réunion : absence d'accès aux fréquences basses (en particulier, les fréquences détenues sur la bande 900 MHz, qui permettent une meilleure pénétration des immeubles, ont déjà été intégralement réparties entre les opérateurs en place⁴²⁵), absence d'accès aux points hauts existants, contraintes environnementales et absence d'accès aux réseaux de distribution physique existant (la quasi-totalité des distributeurs étant intégrés à un opérateur ou des distributeurs monomarchés liés par des contrats d'exclusivité avec les opérateurs)⁴²⁶.
624. Enfin, les opérateurs en place sont des opérateurs internationaux ou présents également en métropole et bénéficient de ce fait de synergies du fait de leur appartenance à un même groupe (support marketing, systèmes d'informations, support technique, achat d'équipements, achats de contenus et chaînes, administration, etc.), qui induisent d'importantes économies d'échelles, difficilement répliquables par les opérateurs locaux. De plus, Orange et SRR disposent de structures d'interconnexion en propre entre la Réunion et Mayotte (voir développement concernant le marché de gros des services de capacité sur le segment interurbain interterritorial) qui leur confèrent un avantage-coût supplémentaire sur leurs concurrents.
625. S'agissant de l'entrée éventuelle d'un MVNO, celle-ci dépend principalement de la volonté des MNO de donner ou non accès à leur réseau. A la différence de la métropole, où les MNO ont des obligations d'ouverture de leur réseau aux MVNO, ce qui a permis l'émergence de ces opérateurs qui contribuent aujourd'hui à l'animation concurrentielle du marché, les MNO domiens n'ont souscrit aucun engagement d'accueil des MVNO auprès de l'Arcep.
626. Ainsi, si Mobius, Zeop et Mediaserv ont formulé des demandes d'hébergement auprès des MNO⁴²⁷, aucune n'a abouti. La partie notifiante soutient que malgré plusieurs demandes d'hébergements négociées en 2012 avec des FAI locaux (Mobius, Zeop et Mediaserv), aucun n'a conclu d'accord d'adossement dans la mesure où les segments de clientèle adressables par

Réunion à utiliser des fréquences pour établir et exploiter un réseau radioélectrique terrestre ouvert au public dans des départements et collectivités d'Outre-mer).

⁴²³ Notification, pp. 530-531.

⁴²⁴ Notification, p. 530.

⁴²⁵ Avis Arcep, p. 73 (VNC : p. 66).

⁴²⁶ Réponses d'Oceinde et Digicel à la question 302 du test de marché de phase I.

⁴²⁷ Notification, p. 530 ; voir également réponse d'Oceinde à la question 299 du test de marché de phase I.

les MVNO étaient déjà adressés par les opérateurs en place. En outre, la partie notifiante confirme que l'étroitesse et la maturité du marché réunionnais a contribué à désinciter l'entrée d'éventuels MVNO⁴²⁸. Les entrants potentiels font également valoir l'absence d'offres d'adossement compétitives par les MNO. Zeop explique ainsi l'échec de ses demandes d'adossement par le refus des MNO de voir apparaître des offres concurrentes⁴²⁹.

627. Aujourd'hui, à supposer même que les MNO proposent des offres de gros à des tarifs raisonnables, compte tenu de la maturité du marché, le développement des MVNO se heurte à la difficulté de proposer une offre différenciante, dès lors que les MNO ont déjà préempté tous les segments du marché. En particulier, les segments de niche, offres destinées aux jeunes ou aux amateurs de musique par exemple, et les offres low cost, sur lesquelles les MVNO se sont développés en métropole et ont contribué à l'animation concurrentielle du marché, sont déjà couverts par les MNO. Ces segments sont en effet adressés par les offres sous licence de marques des MNO (NRJ Mobile, Trace Mobile ou Antenne Réunion)⁴³⁰ ou les marques secondaires des MNO (par exemple ON, la marque d'Outremer Telecom à destination des jeunes). Les MNO proposent également des offres low cost à 2 euros ou des offres de rupture avec des forfaits illimités.
628. En outre, en raison de la centralisation en métropole des équipes techniques et des systèmes d'informations des MNO, il est à craindre que le lancement d'offres de gros à destination des MVNO repose sur des modalités techniques établies sur les standards métropolitains et non adaptée aux spécificités locales, induisant l'inclusion de services inutiles et des tarifs non optimisés⁴³¹.
629. A Mayotte, les difficultés rencontrées par les MVNO à pénétrer le marché sont illustrées par le cas de BJT Partners, qui a obtenu, le 15 mars 2011, l'autorisation d'utiliser les fréquences 2G à Mayotte, mais ne s'est à ce jour pas lancé commercialement⁴³².
630. Il résulte de ce qui précède que les marchés de détail de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte sont caractérisés par de fortes barrières à l'entrée, de sorte que les effets horizontaux de l'opération sur ces marchés ne paraissent pas pouvoir être neutralisés par l'arrivée à court terme de nouveaux entrants.
631. Par conséquent, l'opération renforcera la position dominante de SRR et portera atteinte à la concurrence sur le marché de détail de la téléphonie mobile à La Réunion.

b) Marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile

i. Point méthodologique

632. L'Autorité de la concurrence et le Conseil d'Etat ont rappelé⁴³³ que le pouvoir de marché d'un distributeur doit s'apprécier en tenant compte des magasins détenus en propre et de ceux

⁴²⁸ Notification, p. 87.

⁴²⁹ Réponse d'Oceinde à la question 299 du test de marché de phase I.

⁴³⁰ Notification, pp. 530 et 531 ; voir également réponses d'Oceinde et Digicel à la question 299 du test de marché de phase I.

⁴³¹ Réponse d'Oceinde à la question 300 du test de marché de phase I.

⁴³² Avis Arcep, p. 57 (VNC : p. 52).

⁴³³ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n° 13-DCC-42 du 29 mars 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Précisium Groupe par la société Financière Alliance Industrie, n° 10-DCC-01 du 12 janvier 2010 relative à la prise de contrôle exclusif par Mr Bricolage de la société Passerelle. Voir également la décision du Conseil d'Etat du 23 décembre 2010, Société Monsieur Bricolage.

exploités en réseau, quel que soit leur statut juridique, dès lors que leur politique commerciale n'est pas suffisamment autonome par rapport à la tête de réseau. Il convient donc de déterminer si les distributeurs monomarques SFR non-intégrés d'une part, et les boutiques de La Poste, distributeur exclusif de La Poste Mobile, d'autre part, doivent être rattachés aux activités de distribution des parties aux fins de l'analyse concurrentielle.

633. L'Autorité a notamment considéré que les critères suivants permettaient d'inférer l'absence d'autonomie des membres d'un réseau : (i) la possibilité de la tête de réseau de fixer des prix maximum à ses adhérents impactant la liberté de l'adhérent de fixer ses prix de manière indépendante, (ii) les obligations d'approvisionnement des adhérents auprès du groupement pour une part importante de leurs achats, (iii) l'obligation de respecter des clauses de préemption, de substitution et de préférence au profit du groupement en cas de cession de leur magasin en dehors du périmètre familial, (iv) l'obligation de participer à un certain nombre d'opérations promotionnelles par an, durant lesquelles les adhérents doivent mettre en vente les produits au prix indiqué sur les documents publicitaires, (v) l'obligation de référencer plus de 50 % des lignes de produits de la tête de réseau, (vi) la durée plus ou moins longue des contrats.
634. Au cas d'espèce, les contrats de distribution utilisés par SFR en métropole, à La Réunion et à Mayotte prévoient que (i) le distributeur n'est pas habilité à négocier avec les prospects et n'est pas autorisé à leur concéder une quelconque dérogation aux documents contractuels standards de SFR et, en particulier, une quelconque dérogation tarifaire, (ii) le distributeur s'engage à ce que chaque mois, au moins [...] % des abonnements vendus (post-payé et pré-payé) soient des abonnements SFR, pour le matériel (terminaux et accessoires), le distributeur peut s'approvisionner auprès du fournisseur de son choix uniquement pour les matériels qui ne sont pas inclus dans les packs SFR (formule d'abonnement avec fourniture d'un terminal), (iii) le distributeur s'engage à apporter son concours le plus efficace aux campagnes publicitaires ou opérations promotionnelles organisées par SFR et participe à l'ensemble des campagnes de promotion, (iv) [confidentiel] et (v) [confidentiel]⁴³⁴.
635. S'agissant du contrat entre La Poste Mobile et La Poste⁴³⁵, [confidentiel]⁴³⁶; (iii) [confidentiel].
636. Il résulte de ce qui précède que les distributeurs monomarques SFR non-intégrés et les boutiques de La Poste disposent d'une très faible autonomie commerciale par rapport à la tête de réseau. Ces distributeurs seront donc intégrés aux parties dans le cadre de l'analyse concurrentielle.

ii. Effets de l'opération en métropole

637. A l'issue de l'opération, le réseau de distribution de la nouvelle entité sera composé de 991 boutiques : 151 pour Numericable et 840 pour SFR, auxquels il convient d'ajouter les 2 500 boutiques La Poste utilisées par La Poste Mobile.
638. La part de marché cumulée en nombre de ventes brutes⁴³⁷ sera inférieure à 35 %, aussi bien au niveau national qu'au niveau local. Compte tenu de la faiblesse des activités de distribution de

⁴³⁴ [Confidentiel].

⁴³⁵ Le contrat vise la France exclusivement, La Poste Mobile n'étant pas active à La Réunion ni à Mayotte.

⁴³⁶ En métropole, la vente de recharge représente environ 5 % du marché de la téléphonie mobile. Cette activité est en outre en fort déclin avec l'arrivée des offres « post payées » très peu chères (« low cost ») : - 10 % en 2012 et 2011.

⁴³⁷ Indicateur retenu notamment dans la décision ° 11-DCC-118 du 20 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Compagnie Européenne de Téléphonie par la société France Télécom SA.

téléphonie mobile de Numericable, qui se concentrent sur la vente d'accès internet, l'incrément de part de marché sera également limité, quel que soit le niveau d'analyse retenu.

639. Au niveau national, les parts de marché de SFR (incluant le réseau intégré et les boutiques monomarques SFR) et Numericable sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile s'élèvent ainsi respectivement à [20-30] % et [0-5] % en métropole. Les boutiques La Poste représentent par ailleurs une part de marché de [0-5] %.
640. La nouvelle entité sera confrontée à une concurrence importante, provenant en particulier :
- du réseau d'Orange composé de près de 1 100 points de vente ;
 - du réseau Bouygues Telecom (le réseau « Clubs Bouygues Telecom » compte environ 600 à 650 points de vente) ;
 - des distributeurs multimarques, qu'il s'agisse de spécialistes télécom (Telephone Store, Vivre Mobile, Tel and Com, la Fnac, Darty) ou de généralistes (Auchan, Carrefour, etc.) et dont le nombre de points de vente est supérieur, selon les estimations des parties, à 8 000 ;
 - de la distribution à distance (par internet et par téléphone), étant précisé que selon les estimations des parties ce mode de commercialisation, qui représentait, à la fin de l'année 2013, 10 à 20 % de l'ensemble des ventes de produits et services de communications mobiles tous canaux confondus, s'est sensiblement développé depuis lors. En 2013, les parties estiment ainsi que ce mode de distribution représente 20 à 30 % du marché global (Free se situant dans la fourchette haute, et les autres opérateurs entre 20 et 25%).
641. Au niveau local, les parts de marché des parties en nombre de boutiques, indicateur utilisé par la pratique décisionnelle pour calculer les parts de marché⁴³⁸, ne permettent pas d'apprécier fidèlement la position actuelle des opérateurs. L'activité de distribution de produits et services de téléphonie mobile représente en effet une faible part de l'activité des boutiques Numericable et La Poste. Les parts de marché en nombre de boutiques ont donc été pondérées en tenant compte des ventes brutes moyennes réalisées par les boutiques SFR, Numericable et La Poste en matière de téléphonie mobile.
642. Sur cette base, il apparaît que la part de marché cumulée des parties est inférieure à [30-40] % et l'incrément de part de marché inférieur à [0-5] % sur toutes les zones de chevauchement, tant sur le segment des magasins implantés en centre-ville que sur celui des magasins implantés en centre commerciaux :
- l'incrément est inférieur à [0-5] % dans 120 des 121 villes où les parties détiennent simultanément une boutique et n'excède [0-5] % que dans une ville (sur le segment des magasins implantés en centre-ville comme sur celui des magasins implantés en centre commerciaux) ;
 - la part de marché cumulée des parties est inférieure à [20-30] % dans 107 des 121 villes de chevauchement et n'excède [30-40] % que dans deux villes (sur le segment des magasins implantés en centre-ville comme sur celui des magasins implantés en centre commerciaux).
643. Comme indiqué précédemment, la nouvelle entité sera par ailleurs confrontée à la concurrence des distributeurs monomarques Orange et Bouygues Télécom ainsi qu'à celle de

⁴³⁸ Voir notamment décisions de l'Autorité de la concurrence n°13-DCC-69 du 25 juin 2013 et n°11-DCC-07 du 28 janvier 2011.

distributeurs multimarques spécialistes télécom ou généralistes (grandes surfaces spécialisées ou GSA) et de la distribution à distance (qui n'apparaît pas dans les parts de marché au niveau local).

644. Il n'en demeure pas moins que l'accès des parties au réseau des bureaux de poste constitue, potentiellement, un avantage concurrentiel non répliquable par leurs concurrents. Par ce biais, la nouvelle entité disposerait en effet d'un réseau de près de 3 500 boutiques à l'issue de l'opération, contre 1 100 pour Orange, son principal concurrent. Créé en 2011, La Poste Mobile a déjà permis à La Poste de prendre [0-5] % du marché de la distribution de téléphonie mobile.
645. La relation de SFR avec La Poste pour la distribution de produits et services de téléphonie mobile est à ce stade limitée à La Poste Mobile, dont SFR détient le contrôle conjoint avec La Poste. SFR a toutefois déjà étendu ses relations contractuelles avec La Poste, en concluant le 14 mars 2014 un contrat de distribution exclusive d'offres 2P et 3P ADSL et fibre dans les bureaux de poste, comme relevé ci-dessus. [Confidentiel]. La nouvelle entité pourra donc seule s'appuyer sur le réseau La Poste pour développer ses ventes d'accès internet, par exemple par le biais de remises de couplage avec les offres de La Poste Mobile, et renforcer ainsi sa position sur le marché de la distribution d'accès internet haut et très haut débit. Un tel risque vient donc renforcer les effets anticoncurrentiels de l'opération en matière de distribution d'accès à internet, qui ont fait l'objet de développements spécifiques ci-dessus.

iii. Effets de l'opération dans l'Océan Indien

Structure de l'offre et position des parties

◆ La Réunion

646. A l'issue de l'opération, le réseau de distribution de la nouvelle entité sera composé de 52 boutiques à La Réunion : 23 pour OMT et 29 pour SRR. Le réseau d'OMT comprend exclusivement des boutiques détenues en propre et le réseau de SRR est mixte (réseau intégré et boutiques monomarques non intégrées).
647. La nouvelle entité sera confrontée à la concurrence d'Orange dont le réseau est composé de 21 points de vente et de manière marginale, des boutiques multimarques spécialisées Home City (1 point de vente) et Soredisc (2 points de vente).
648. Les parts de marché des parties et de leurs concurrents sur le marché de la distribution en boutiques spécialisées de produits et services de téléphonie mobile, ainsi que l'impact de l'opération sur la structure concurrentielle du marché sont détaillées dans le tableau suivant :

Avant l'opération			Après l'opération		
Opérateurs	PDM en vol.	IHH	Opérateurs	PDM en vol.	IHH
SRR	[30-40] %	[...]	Nouvelle entité	[60-70] %	[...]
OMT	[30-40] %	[...]			
Orange	[20-30] %	[...]	Orange	[20-30] %	[...]
Soredisc	[0-5] %	[...]	Soredisc	[0-5] %	[...]
Home City	[0-5] %	[...]	Home City	[0-5] %	[...]

Total	100 %	[...]	Total	100 %	[...]
Delta d'IHH					[...]

649. L'opération entraînera donc une restructuration majeure du marché, en matérialisant un passage de 3 à 2 distributeurs de téléphonie mobile. Avec un IHH de plus de [...] à l'issue de l'opération et un delta très supérieur à [...], les indices de concentrations du marché résultant de l'opération dépassent largement les seuils à partir desquels une atteinte à la concurrence horizontale est probable.
650. Il convient de souligner par ailleurs que les réseaux d'Orange et des parties subissent une faible pression concurrentielle de la part des autres canaux de distribution. Altice réalise [...] % de ses ventes via ses boutiques intégrées, les [...] % restant correspondant aux ventes à distance. De même, SRR réalise [...] % de ses ventes via son réseau intégré et ses boutiques monomarkes ([...] % via les boutiques multimarkes, [...] % magasins alimentaires et [...] % via les ventes à distance). Orange a également souligné la faible pression concurrentielle des distributeurs indépendants et le faible développement des ventes en ligne à La Réunion⁴³⁹.
651. En outre, les réseaux de distribution concurrents non affiliés à un opérateur sont dépendants d'Orange et des parties dont ils distribuent les offres de téléphonie mobile et pour lesquelles ils n'ont aucune marge de négociation avec les clients⁴⁴⁰, ce qui réduit un peu plus leur capacité à exercer une pression concurrentielle sur le marché de la distribution.
652. Au niveau local, les parts de marché des parties par ville en nombre de boutiques sont détaillées dans le tableau ci-dessous.

Villes	OTM	SRR	Nvle entité	Orange	Soredisc	Home City
Le Port	[20-30] %	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %	-	[10-20] %
Le Tampon	[30-40] %	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %	-	-
Saint André	[30-40] %	[50-60] %	[80-90] %	[10-20] %	-	-
Saint Benoit	[30-40] %	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %	-	-
Saint Clotilde	[20-30] %	[60-70] %	[80-90] %	[20-30] %	-	-
Saint Denis	[20-30] %	[50-60] %	[80-90] %	[10-20] %	-	-
Saint Gilles	[50-60] %	[50-60] %	[90-100] %	-	-	-
Saint Joseph	[20-30] %	[20-30] %	[50-60] %	[50-60] %	-	-
Saint Leu	[30-40] %	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %	-	-
Saint Louis	[20-30] %	[20-30] %	[50-60] %	[20-30] %	[10-20] %	-
Sainte Marie	[30-40] %	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %	-	-
Saint Paul	[20-30] %	[40-50] %	[70-80] %	[20-30] %	-	-

⁴³⁹ Réponse d'Orange à la question 93 du test de marché de phase I.

⁴⁴⁰ Voir p. 157 de la notification ; pour Orange, voir PV d'audition d'Orange du 18 juillet 2014, réponse à la question 5.

Villes	OTM	SRR	Nvle entité	Orange	Soredisc	Home City
Saint Pierre	[30-40] %	[30-40] %	[60-70] %	[20-30] %	[5-10] %	-
Sainte Suzanne	[30-40] %	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %	-	-

653. Il apparaît ainsi que la part de marché cumulée des parties dépasse 50 % dans [...] villes (plus 66 % dans [...] villes). Dans [...] villes, les consommateurs auront pour seule alternative les boutiques d'Orange. Aucune alternative ne sera disponible à Saint Joseph où la nouvelle entité sera en position de monopole. A Saint Pierre, Saint Louis et Le Port, Home City et Soredisc exerceront une contrainte concurrentielle limitée (part de marché inférieure à [10-20] %), d'autant plus qu'elle distribue les offres des parties et d'Orange.

◆ Mayotte

654. A l'issue de l'opération, le réseau de distribution de la nouvelle entité sera composé de 26 boutiques à La Réunion : 8 pour Altice et 18 pour SFR. Le réseau d'OMT comprend exclusivement des boutiques détenues en propre et le réseau de SRR est mixte (réseau intégré et boutiques monomarkes non intégrées). La nouvelle entité sera confrontée à la seule concurrence d'Orange dont le réseau est composé de 5 points de vente.

655. Les parts de marché des parties et de leurs concurrents sur le marché de la distribution en boutiques spécialisées de produits et services de téléphonie mobile, ainsi que l'impact de l'opération sur la structure concurrentielle du marché sont détaillées dans le tableau suivant :

Avant l'opération			Après l'opération		
Opérateurs	PDM en vol.	IHH	Opérateurs	PDM en vol.	IHH
SRR	[50-60] %	[...]	Nouvelle entité	[80-90] %	[...]
Altice	[20-30] %	[...]			
Orange	[10-20] %	[...]	Orange	[10-20] %	[...]
Total	100 %	[...]	Total	100 %	[...]
Delta d'IHH					[...]

656. Il ressort de ce tableau que l'opération confèrera un quasi-monopole à la nouvelle entité. Le nombre d'opérateurs actifs sur le marché passera de 3 à 2, le seul concurrent des parties, Orange, représentant seulement [10-20] % du marché. Les indices de concentration du marché résultant de l'opération dépassent de manière considérable les seuils à partir desquels une atteinte à la concurrence horizontale est probable.

657. Il convient de souligner par ailleurs que les réseaux d'Orange et des parties ne subissent qu'une pression concurrentielle marginale de la part des autres canaux de distribution. Altice réalise [...] % de ses ventes via ses boutiques intégrées, les [...] % restant correspondant aux ventes sur internet. De même, SRR réalise [...] % de ses ventes via son réseau intégré et ses boutiques monomarkes ([...] % via les boutiques multimarkes et [...] % en magasins

alimentaires). Orange et Zeop ont également souligné la faible pression concurrentielle des distributeurs indépendants à Mayotte⁴⁴¹.

658. En outre, comme à La Réunion, les réseaux de distribution concurrents non affiliés à un opérateur sont dépendants d'Orange et des parties dont ils distribuent les offres de téléphonie mobile et pour lesquelles ils n'ont aucune marge de négociation avec les clients⁴⁴², ce qui, comme à La Réunion, réduit leur capacité à animer la concurrence.
659. Au niveau local, les parts de marché des parties par ville en nombre de boutiques sont détaillées dans le tableau ci-dessous.

Villes	OTM	SRR	Nvlle entité	Orange
Mamoudzou	[20-30] %	[40-50] %	[70-80] %	[20-30] %
Abattoir	[30-40] %	[30-40] %	[60-70] %	[30-40] %
Kaweni	[30-40] %	[60-70] %	[90-100] %	-
Tsingoni	[50-60] %	[30-40] %	[90-100] %	-

660. Il apparaît ainsi que la part de marché cumulée des parties dépasse [60-70] % dans [...] villes, où la seule alternative possible sera les boutiques d'Orange (aucune alternative dans deux villes où la nouvelle entité sera en position de monopole).

Rôle des parties dans l'animation concurrentielle

661. Le marché de la distribution à La Réunion et à Mayotte est composé exclusivement de distributeurs intégrés à des opérateurs de téléphonie mobile et d'opérateurs non-intégrés, marginalement multimarques, n'étant pas habilités à négocier avec les prospects et devant s'en tenir à la politique commerciale des opérateurs. L'animation concurrentielle sur le marché de la distribution à La Réunion et à Mayotte reflète donc les rapports de force sur le marché de détail, dont les réseaux de distribution permettent le relais auprès des consommateurs.

♦ La Réunion

662. Comme indiqué précédemment, Outremer Telecom joue un rôle moteur dans l'animation concurrentielle depuis son entrée sur le marché réunionnais, tant du point de vue des services contenus dans les forfaits commercialisés que du point de vue tarifaire. Outremer Telecom adopte en effet un positionnement tarifaire très agressif, notamment par rapport à celui de SRR. Dans le même sens, Orange a souligné dans le cadre du test de marché que « *sur le marché de la distribution des offres de téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte, Outremer Telecom pratique une stratégie extrêmement agressive, notamment sur les prix, et se développe* »⁴⁴³.
663. L'opération aboutira donc à la disparition de la pression concurrentielle actuellement exercée par Outremer Telecom et son réseau de distribution. Cette disparition aura un impact en termes de prix ; comme indiqué précédemment, Outremer Telecom a joué le rôle de moteur de la baisse des prix depuis son entrée sur le marché et ce en particulier grâce à l'importance

⁴⁴¹ Réponse d'Orange à la question 102 du test de marché de phase I ; réponses d'Oceinde aux questions 93 et 102 du test de marché de phase I.

⁴⁴² Voir p. 157 de la notification ; pour Orange, voir PV d'audition d'Orange du 18 juillet 2014, réponse à la question 5.

⁴⁴³ Réponse d'Orange à la question 305 du test de marché de phase I.

de son réseau de distribution. Elle aura également une incidence du point de vue de l'innovation. Outremer Telecom a en effet permis l'émergence de nouveaux services relayés par son réseau de distribution et a ainsi systématiquement contraint SRR à réagir à ses offres de rupture (développement du parc prépayé, lancement du forfait low cost, offre d'abondance, lancement d'offres SMS illimités)⁴⁴⁴. La pression concurrentielle exercée par le réseau de distribution d'Outremer Telecom devrait donc considérablement baisser à l'issue de l'opération. La réduction du nombre d'opérateurs sur le marché de la distribution contribuera ainsi à figer un peu plus les positions des opérateurs sur le marché de détail.

◆ Mayotte

664. Comme à La Réunion, Outremer Telecom joue un rôle moteur dans l'animation de la concurrence sur le marché mahorais. L'Arcep observe ainsi qu'« à Mayotte, Outremer Telecom n'a cessé de gagner des parts de marché depuis son entrée sur le marché en 2007, au détriment principalement de SRR »⁴⁴⁵. Orange a également souligné la « stratégie extrêmement agressive, notamment sur les prix » d'Outremer Telecom à Mayotte⁴⁴⁶.
665. Orange exerce une pression concurrentielle limitée avec son réseau de distribution sur celui des parties. Avec [10-20] % des points de vente physiques sur le territoire, l'opérateur n'est parvenu ni à gagner une part de marché significative sur le marché de détail, ni à réduire son taux de churn très important à Mayotte⁴⁴⁷.
666. La concentration éliminera ainsi le principal contributeur à l'animation concurrentielle du marché de la distribution mahorais pour y former un quasi-monopole. En l'état, Orange et son réseau de distribution semblent incapables d'exercer une réelle contrainte sur le nouvel ensemble. La concentration entraîne donc une entrave très significative à la concurrence à Mayotte.

Barrières à l'entrée

667. Comme pour les opérateurs de détail, l'entrée d'un nouveau distributeur se heurte à l'étroitesse du marché à La Réunion et à Mayotte (nombre d'habitants et revenu moyen par habitant relativement limité). En outre, le marché de la téléphonie mobile à La Réunion comme à Mayotte est mature et caractérisé par la domination de SRR. Ces caractéristiques ont été soulignées lors de l'examen des barrières à l'entrée sur le marché de détail auquel il est renvoyé.
668. Deux schémas sont potentiellement envisageables pour entrer sur le marché : développer une activité intégrée avec une présence simultanée sur le marché de détail et le marché de la distribution ou développer un réseau autonome non intégré à des activités de détail.
669. Il a été démontré ci-dessus que le développement d'une activité de détail était particulièrement difficile à La Réunion et à Mayotte. S'agissant du développement d'un réseau de distribution autonome, l'Autorité a récemment eu l'occasion de relever qu'il « implique le développement d'une présence commerciale suffisante sur un plan quantitatif et qualitatif, ce qui implique de forts coûts échoués (constitution d'une force de vente, négociation des accords de distribution avec les opérateurs de détail, obtention

⁴⁴⁴ Réponse d'Oceinde à la question 306 du test de marché de phase I.

⁴⁴⁵ Arcep, « Outre-mer : nouvelles fréquences, nouveaux enjeux », Consultation publique du Gouvernement et de l'Arcep du 17 juillet au 30 septembre 2013, figure 13, p. 32.

⁴⁴⁶ Réponse d'Orange à la question 305 du test de marché de phase I.

⁴⁴⁷ Réponse d'Orange à la question 298 du test de marché de phase I.

d'implantations commerciales performantes...)⁴⁴⁸. Par ailleurs, sur un marché arrivé à maturité, les coûts de changement d'opérateurs sont aussi susceptibles de constituer des barrières à l'entrée pour tout nouveau distributeur⁴⁴⁹. De plus, le nombre de clients potentiels pour un nouvel entrant est d'autant plus réduit que le marché de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte se caractérise par des périodes d'engagements importantes (de 12 ou 24 mois)⁴⁵⁰.

670. En outre, les tiers ont indiqué dans le cadre du test de marché qu'il était aujourd'hui « *extrêmement difficile voir impossible d'implanter de nouvelles boutiques dans les principales zones de chalandises (galerie, centre-ville)* »⁴⁵¹. Compte tenu de l'abondance des boutiques « télécom », il est très difficile pour un nouvel entrant de trouver des locaux disponibles ou des baux commerciaux à des conditions raisonnables, les gestionnaires de centres commerciaux souhaitant diversifier leur offre en galerie commerciale⁴⁵².
671. Enfin, les distributeurs monomarque représentent plus de [...] % des distributeurs à La Réunion (aucun distributeur multimarque à Mayotte). Il apparaît ainsi extrêmement difficile pour un distributeur autonome de développer une activité de distribution significative.
672. Les marchés de la distribution de téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte sont donc caractérisés par de fortes barrières à l'entrée, de sorte que les effets horizontaux de l'opération sur ces marchés ne paraissent pas pouvoir être neutralisés par l'arrivée à court terme de nouveaux entrants.

2. EFFETS VERTICAUX

673. En métropole, SFR est active en tant qu'offreur sur le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux téléphoniques mobiles sur lequel Altice (Numericable et Completel) est présente en tant qu'acheteuse dans le cadre de ses activités de MVNO. Il convient donc d'examiner les risques de verrouillage de l'accès aux intrants pour les autres MVNO d'une part, et à la clientèle pour les autres MNO d'autre part.
674. Les abonnés d'Altice ne représentent que [0-5] % du total des abonnés des MVNO, soit seulement [0-10] % du total des abonnés MVNO hébergés par SFR. En outre, SFR tire des revenus substantiels de ses activités d'hébergeurs de MNVO qui représentent près de [...] d'euros de chiffre d'affaires en 2013. La nouvelle entité ne devrait donc pas être incitée à rompre ses contrats de fourniture avec les autres MVNO du seul fait de l'intégration des activités mobile d'Altice.
675. Par ailleurs, les concurrents d'Altice disposent de sources alternatives, principalement Orange et Bouygues Telecom, qui seraient capables de les accueillir sur leurs réseaux à l'issue de l'opération.

⁴⁴⁸ Décision n° 14-D-05 du 13 juin 2014 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la téléphonie mobile à destination de la clientèle résidentielle à La Réunion et à Mayotte.

⁴⁴⁹ *Id.*

⁴⁵⁰ *Id.*

⁴⁵¹ Réponses d'Oceinde aux questions 86 et 95 du test de marché de phase I.

⁴⁵² *Id.*

676. Enfin, les MNO ont souscrit devant l'Arcep des engagements en faveur des MVNO au moment de l'octroi de certaines fréquences ou licences⁴⁵³. Ces engagements portent notamment sur les conditions d'accueil des MVNO et les conditions tarifaires et contractuelles qui leur sont proposées afin que ne puisse être restreintes « *sans justification objective la concurrence sur le marché de gros de l'accueil des MVNO et l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail* ».
677. L'opération n'est pas non plus susceptible de porter atteinte à la concurrence par un effet de verrouillage de l'accès à la clientèle dont seraient victimes les concurrents MNO de la nouvelle entité, notamment Bouygues Telecom dont le réseau est utilisé par Altice, compte tenu du faible poids représenté par Altice sur ce marché en tant qu'acheteur (part d'achat de [0-5] %).
678. L'opération n'entraîne donc pas d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux sur les marchés de la téléphonie mobile.

F. MARCHÉS DE LA TÉLÉVISION PAYANTE

679. Les groupes Numericable et SFR sont tous deux actifs dans le secteur de la télévision payante. La présente opération entraîne ainsi des chevauchements d'activités :
- sur les marchés intermédiaires de l'édition et de la commercialisation de chaînes de télévision payante du côté de la demande (1) ;
 - sur le marché aval de la distribution de services de télévision payante linéaires et de rattrapage, tous modes de diffusion confondus, à l'exclusion des offres dites de premier niveau de service des fournisseurs d'accès à internet (2) ;
 - sur les marchés de la distribution de services de télévision non linéaire (3).

1. LES MARCHÉS INTERMÉDIAIRES DE L'ÉDITION ET DE LA COMMERCIALISATION DE CHAÎNES DE TÉLÉVISION PAYANTE CÔTÉ DEMANDE

680. Après avoir présenté la position de la nouvelle entité (a) l'analyse portera sur les conditions d'accès de Numericable aux chaînes de télévision payante et leurs incidences pour l'examen des effets de l'opération (b).

a) Position des parties

681. En métropole, sur le marché global de l'édition et de la commercialisation de chaînes de télévision payante, du côté de la demande, la part de marché de la nouvelle entité à l'issue de l'opération est estimée en valeur à [10-20] % ([5-10] % pour Altice et [5-10] % pour SFR)⁴⁵⁴. Sur ce marché Altice demeurera confronté à la concurrence de GCP qui acquiert des droits de distribution de chaînes pour l'édition de son bouquet CanalSat et dont l'Autorité a déjà noté le

⁴⁵³ Voir les décisions de l'Arcep n° 2010-0634 et 2010-0633 du 8 juin 2010 (fréquences résiduelles 3G) ; n° 2011-1168, 2011-1169 et 2011-1170 du 11 octobre 2011 (fréquences 4G relevant de la bande 2,6 GHz) ; n° 2012-0037, 2012-0038 et 2012-0039 du 17 janvier 2012 (fréquences 4G relevant de la bande 800 MHz) ; et n° 2010-0043 du 12 janvier 2010 (licence 3G Free Mobile).

⁴⁵⁴ Formulaire de notification, figure n°71, p.411.

caractère incontournable pour les éditeurs (avec une part de marché comprise entre 60 % et 70 %) à l'occasion de sa décision *Canal Plus/TPS*⁴⁵⁵. Au-delà de GCP, la nouvelle entité sera également soumise à la pression concurrentielle qu'exerceront sur elle les autres FAI tels qu'Orange (part de marché comprise entre 10 et 20 %), Free (entre 5 et 10 %) ou Bouygues (entre 0 et 5 %)⁴⁵⁶.

682. Dans l'Océan Indien, la part de marché du nouvel ensemble est estimée en valeur à [5-10] % ([0-5] % pour Altice et [0-5] % pour SRR)⁴⁵⁷. Comme en métropole, le groupe Altice demeurera confronté à la concurrence de GCP (part de marché estimée à [60-70] %) dont la position dans le secteur des médias ultramarins s'est renforcée avec l'acquisition du groupe Mediaserv⁴⁵⁸ au début de l'année 2014. La nouvelle entité sera également soumise à la pression concurrentielle qu'exerceront sur elle Parabole Réunion (21 % de part de marché) et Orange (environ 5 %).
683. Selon les données recueillies au cours de l'instruction, sur les différents marchés de l'édition et de la commercialisation de chaînes de télévision payante segmentés par thématique, les positions des parties et de leurs concurrents sont similaires à celles présentées sur les marchés globaux.
684. En définitive, si l'opération confère à Altice la seconde place sur les marchés intermédiaires (devançant légèrement Orange), elle ne bouleverse pas les équilibres préexistants : ces marchés resteront largement dominés par GCP. La part de marché que détiendra la nouvelle entité ne permet pas par ailleurs de qualifier une dépendance économique des chaînes à l'issue de la concentration. Il n'apparaît donc pas justifié, tel que le propose le CSA⁴⁵⁹ ou le suggèrent certains éditeurs de chaînes, d'encadrer le comportement d'achat du nouvel ensemble, comme a pu le faire l'Autorité dans sa décision concernant l'opération *GCP/TPS*⁴⁶⁰.
685. Cette conclusion est partagée par un nombre significatif d'opérateurs qui relèvent, dans leur réponse au test de marché, que le renforcement de Numericable est en réalité susceptible d'accroître la concurrence sur les marchés intermédiaires et avec elle leur pouvoir de négociation. Un éditeur note ainsi que l'opération sera de nature à stimuler la concurrence entre CanalSat et Numericable, au profit des éditeurs de télévision payante. Cet éditeur observe également que le renforcement de Numericable pourra inciter les autres FAI à réinvestir dans les contenus et services de télévision payante pour assurer un co-financement des contenus premium, en particulier d'expression originale française et européenne⁴⁶¹. C'est d'ailleurs ce que reconnaît le CSA en indiquant que « *bien qu'elle aboutisse à la disparition d'un acteur, l'opération est susceptible d'augmenter la pression concurrentielle sur Orange, le premier acteur du marché des offres multiservices, et sur le groupe Canal Plus, le premier acteur du marché de la télévision payante* »⁴⁶².

⁴⁵⁵ Décision de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-100 du 23 juillet 2012, § 418

⁴⁵⁶ Avis du CSA n°2014-10 du 30 juillet 2014.

⁴⁵⁷ Formulaire de notification, figure n°72, p.414.

⁴⁵⁸ Décision de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014.

⁴⁵⁹ Avis n° 2014-10 du 30 juillet 2014 précité, p.22.

⁴⁶⁰ Voir la décision de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-100 du 23 juillet 2012.

⁴⁶¹ Réponse au test de marché du 1^{er} août 2014, question n°34.

⁴⁶² Avis n° 2014-10 du 30 juillet 2014 précité, p.19.

b) L'accès de Numericable aux chaînes de télévision et absence d'effets unilatéraux

686. Numericable est historiquement un acteur du secteur de la télévision payante, le câble ayant été initialement conçu comme un mode de distribution de services de télévision. La vente de services de télévision linéaire représente donc le cœur d'activité historique du groupe Altice et demeure à l'heure actuelle sa principale source de revenus (près de [...] % du chiffre d'affaires en 2013). Aujourd'hui encore, Numericable commercialise une gamme d'abonnement « mono-play », incluant uniquement des services de télévision payante. L'offre développée par le câblo-opérateur propose ainsi un bouquet très proche dans son contenu de celui de CanalSat : les éditeurs ne consentent pas à GCP de droits exclusifs de distribution sur le réseau câblé de Numericable. La partie notifiante précise ainsi que « *le groupe Altice distribue individuellement, via son réseau câble, des chaînes thématiques depuis près de trente ans, qu'elles fassent l'objet ou non d'une exclusivité de distribution avec le Groupe Canal Plus. En effet, les exclusivités consenties par les éditeurs au Groupe Canal Plus s'appliquent seulement à la distribution par satellite et par ADSL. Elles ne concernent pas la distribution par câble, dans la mesure où les câblo-opérateurs avaient déjà noué des relations contractuelles avec les éditeurs de chaînes lorsque ces exclusivités ont été négociées par CanalSat (en riposte à la constitution des offres triple play des FAI)* »⁴⁶³.
687. Contrairement à Numericable, les FAI tels qu'Orange, SFR ou Free, sont d'abord des opérateurs télécom dont l'entrée sur le marché de la télévision est le résultat du développement des offres multiservices. Plutôt que d'investir le métier de distributeur de services de télévision payante, principalement en raison du faible espace économique laissé par le pouvoir d'achat de GCP, ces opérateurs se sont en grande partie appuyés, avec le développement progressif de la télévision par ADSL, sur les offres de GCP et son bouquet CanalSat. Les FAI ont ainsi conclu avec GCP des contrats dits d'« auto-distribution » par lesquels ils autorisent ce dernier à commercialiser directement ses offres auprès de leurs abonnés par le biais de leur propre plateforme. Réduits à un rôle de transporteur des services de GCP, ils ont perçu à ce titre de la part de GCP des revenus qui ont crû avec le temps. A l'exception d'Orange, avec l'expérience des chaînes OCS et Orange Sport, les FAI ont ainsi été dissuadés d'entreprendre les efforts industriels et commerciaux nécessaires au développement d'une offre de télévision payante réellement compétitive face à celles de Numericable et GCP.
688. A l'occasion de sa décision d'agrément des offres de références de GCP⁴⁶⁴ l'Autorité a rappelé la spécificité de la stratégie suivie par le câblo-opérateur en matière de télévision payante. Elle a par ailleurs veillé à ce que cette stratégie, favorable à la concurrence sur les marchés intermédiaires, ne soit pas compromise par un comportement d'éviction de l'acteur dominant, estimant que « *les [projets initiaux d']offres de référence [soumis à l'agrément de l'Autorité] prévoyaient cependant que GCP pourrait acquérir les droits exclusifs pour la distribution de chaînes sur la plateforme du câblo-opérateur Numericable, sur laquelle CanalSat n'est pourtant pas proposée aux abonnés. La contrepartie de telles offres n'aurait donc pas été la distribution exclusive des chaînes concernées sur CanalSat, mais l'exclusion de Numericable de la distribution des chaînes concernées, avec pour conséquence d'en priver ses abonnés. De telles offres auraient ainsi entraîné un effet d'éviction dans un marché caractérisé par une forte asymétrie entre les bases d'abonnés de GCP, seul distributeur multi-plateformes, et celles de ses concurrents mono-plateformes. En effet, alors que CanalSat serait en mesure de distribuer les chaînes concernées sur d'autres plateformes,*

⁴⁶³ Formulaire de notification §756.

⁴⁶⁴ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 13-DAG-01 du 7 juin 2013.

Numericable ne pourrait répliquer de telles offres, ne pouvant proposer aux chaînes une distribution que sur sa seule plateforme »⁴⁶⁵.

689. Il découle de cette analyse qu'en application des injonctions de la décision n° 12-DCC-100 GCP ne peut pas acquérir de droits exclusifs pour une diffusion de chaînes sur la plateforme de Numericable, dans la mesure où son bouquet CanalSat n'est pas distribués par GCP aux abonnés de la plateforme câblée.
690. Dans ce contexte, les FAI interrogés à l'occasion du test de marché ont dénoncé une asymétrie dans les conditions d'accès aux chaînes de télévision payante susceptible de distordre la concurrence en faveur de Numericable. Ils craignent par ailleurs que Numericable puisse étendre le bénéfice de ses offres de télévision aux abonnés de SFR, alors même qu'eux-mêmes ne pourrions pas proposer des offres compétitives faute de disposer des droits de distribution des chaînes concernées. Free note ainsi que « [Numericable] bénéficie d'un accès privilégié aux chaînes, Canalsatellite ne pouvant, dans le cadre de son offre de référence^[466], affecter de prime d'exclusivité vis-à-vis du câble. Le câble est ainsi à même de bâtir à faible coût des offres différenciées avec des chaînes très attractives qui ne sont pas disponibles pour les FAI. Cette différence est largement mise en avant par Numericable dans sa publicité et sur son site de souscription. C'est également un point clef de son projet de conquête d'abonnés dans le cadre du rachat de SFR. Numericable peut ainsi se distinguer de ses concurrents sur son offre TV, essentielle dans la promotion d'offres multi play. Le rapprochement entre SFR et Numericable entraînera une migration des consommateurs vers les offres très attractives de la nouvelle entité »⁴⁶⁷.
691. Il convient donc de préciser l'environnement concurrentiel dans lequel seront placés les différents opérateurs face à la nouvelle entité.
692. Premièrement, à l'occasion de sa décision d'agrément des offres de référence de GCP⁴⁶⁸, l'Autorité de la concurrence s'est assurée que le Groupe Canal Plus ne puisse pas exclure de la distribution de chaînes un opérateur, quel qu'il soit, qui souhaiterait distribuer lui-même des chaînes, sans par ailleurs autoriser GCP à commercialiser directement ses offres auprès des abonnés à son réseau. En application de l'offre de référence, GCP ne peut donc obtenir des droits de distribution exclusive sur la plateforme de tout opérateur qui refuserait de transporter l'offre CanalSat, dans la mesure où la contrepartie de telles acquisitions ne serait que l'éviction de tels opérateurs du marché.
693. Contrairement à ce qui est avancé par certains FAI, la décision d'agrément n'a donc pas conféré de privilège à Numericable. Elle n'a fait que prévenir les risques concurrentiels liés à l'adoption, par GCP, d'un comportement d'éviction. En outre, Numericable demeure libre, comme tout FAI, de ses partenariats commerciaux en choisissant ou non de transporter les offres de GCP. Or, si les FAI ont organisé les conditions d'une concurrence sur leur propre plateforme entre leurs bouquets de télévisions et ceux de GCP en donnant à ce dernier la possibilité de proposer CanalSat à leurs abonnés en auto-distribution, Numericable a fait le choix inverse, hérité de son activité traditionnelle, de distribuer ses propres bouquets de télévisions et non ceux de GCP. Constatant cet état de fait, la décision d'agrément de

⁴⁶⁵ *Id.*, §55.

⁴⁶⁶ Les offres de référence de CanalSat ont été mise en place en application des injonctions prononcées par l'Autorité dans le cadre de sa décision n°12-DCC-100 du 23 juillet 2012 (injonctions n°3 et n°5). Elles encadrent les comportements d'achat de GCP sur les marchés intermédiaires de l'édition et commercialisation de chaînes de télévision payante.

⁴⁶⁷ Réponse du groupe Iliad au test de marché du 16 juin 2014, question n°314.

⁴⁶⁸ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 13-DAG-01 du 7 juin 2013 (la « décision d'agrément »).

l'Autorité a garanti les conditions d'une concurrence non faussée pour les opérateurs qui souhaitent maîtriser leur activité de distribution télévision payante et non la déléguer, au moins partiellement, à GCP. Cette garantie est nécessaire à la subsistance de distributeurs concurrents de GCP sur les marchés intermédiaires, qui contribuent à pérenniser l'économie des chaînes indépendantes en leur permettant de diversifier leurs sources de revenus.

694. Deuxièmement, dans l'hypothèse où la nouvelle entité déciderait de fusionner les plateformes propriétaires de Numericable et de SFR à l'issue de l'opération, la circonstance que CanalSat soit proposé en auto-distribution à une partie de ses abonnés (en l'occurrence les abonnés historiques de SFR), pourrait permettre à GCP de négocier des exclusivités pour l'ensemble de cette nouvelle plateforme. Les considérations précédentes deviendraient sans objet si, après la concentration, les réseaux de SFR et Numericable ne constituaient plus des plateformes indépendantes mais bien une seule et même infrastructure de diffusion, proposant CanalSat en auto-distribution. Ceci est la conséquence du critère retenu par l'Autorité pour définir le périmètre des injonctions imposées à GCP. A l'occasion de sa décision n° 12-DCC-100, l'Autorité a en effet contraint GCP à valoriser de manière transparente et distincte la distribution sur chaque plateforme propriétaire desservant plus de 500 000 abonnés. La notion de « plateforme propriétaire » recouvre l'ensemble des éléments de réseaux (ADSL, fibre, câble, satellite, liaison 2G/3G/4G, etc.) utilisés par un opérateur pour diffuser ses offres multiservices. Ainsi, dès lors que le réseau de Numericable ne constituerait plus une plateforme propriétaire autonome mais un simple élément de réseau d'un ensemble plus vaste proposant CanalSat en auto-distribution, ce dernier pourrait revendiquer des exclusivités pour cette nouvelle plateforme.
695. Si en revanche les plateformes de SFR et Numericable demeuraient indépendantes l'une de l'autre, CanalSat ne pourrait revendiquer d'exclusivité sur le câble. Dans cette situation toutefois les effets dénoncés par les FAI concurrents seraient limités : la situation concurrentielle demeurera pratiquement inchangée postérieurement à l'opération avec le maintien de deux plateformes propriétaires concurrentes.
696. Troisièmement, les informations obtenues dans le cadre du test de marché indiquent que Numericable ne pourra pas étendre, sans l'accord des chaînes, le bénéfice de ses contrats actuels de distribution de chaînes aux réseaux de SFR. En effet les droits de distribution que lui ont consentis les éditeurs sont limités à sa seule plateforme câblée et ne couvrent pas les réseaux ADSL ou de fibre optique des opérateurs tiers. Le groupe TF1 précise ainsi que « contractuellement, il ne semble pas possible pour Numericable d'étendre le bénéfice de ces exclusivités de distribution aux abonnés SFR, l'exclusivité étant attachée au support câble et non ADSL (à l'exception de l'offre triple play ADSL distribué par Numericable auprès d'un parc de quelques dizaines de milliers d'abonnés) »⁴⁶⁹.
697. Quatrièmement, enfin, à l'occasion de sa décision n° 12-DCC-100 l'Autorité de la concurrence a notamment enjoint à GCP de formuler ses offres de distribution exclusive plateforme par plateforme, dans des conditions économiques encadrées dont l'objectif est de permettre aux distributeurs alternatifs de concurrencer de manière effective CanalSat pour l'acquisition de droits de diffusion exclusifs sur leur propre plateforme. Dès lors, l'ensemble des opérateurs sera en mesure de concourir pour obtenir des droits de distribution pour leur propre plateforme à l'occasion du renouvellement des contrats de distribution. Ce faisant ils réduiront leur dépendance vis-à-vis des offres de GCP et pourront répliquer les offres de services de télévision payante de la nouvelle entité.

⁴⁶⁹ Réponse au test de marché du 1^{er} août 2014, question n°14.

698. Compte tenu de ce qui précède, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés intermédiaires de l'édition et de la commercialisation de chaînes de télévision payante par le biais d'effets unilatéraux.

c) Absence d'effets coordonnés

699. Plusieurs opérateurs ont fait valoir au cours de l'instruction que l'opération entraînait un risque d'effets coordonnés sur les marchés de l'édition et de la commercialisation de chaînes de télévision payante. Sur ces marchés, la nouvelle entité sera principalement soumise à la concurrence de GCP, qui occupe une position de leader sur les différents marchés du secteur de la télévision payante. Or l'opération a pour conséquence la création d'un lien structurel entre le nouvel ensemble et Vivendi qui conservera une participation de 20 % au sein de Numericable. Dans ce contexte, certains opérateurs craignent que la concentration favorise la coordination tacite des comportements de Vivendi et de Numericable sur les marchés intermédiaires.
700. Dans ses lignes directrices relatives au contrôle des concentrations, l'Autorité relève en effet que des liens structurels peuvent faciliter la mise en œuvre d'effets coordonnés, dans la mesure où « [les liens structurels] fédèrent les intérêts des oligopoleurs et favorisent ainsi la convergence de leur vision respective quant aux modalités de coordination. (...) »⁴⁷⁰.
701. L'existence de tels liens n'est toutefois qu'un indice pertinent dans le faisceau qu'il convient de réunir pour atteindre le standard de preuve requis par la pratique décisionnelle aux fins d'apprécier les effets coordonnés lors d'une opération de concentration. Le Tribunal, dans son arrêt *Airtours*⁴⁷¹, a identifié trois conditions qui doivent nécessairement être vérifiées pour la démonstration de tels effets : détection, dissuasion et non-contestation. La Cour de justice⁴⁷² a par ailleurs souligné qu'une coordination tacite n'est possible que si les entreprises sont en mesure de comprendre l'objectif commun et les moyens d'y parvenir. La Cour précise que « sans pouvoir arriver tacitement à une compréhension partagée des modalités de la coordination, les concurrents devraient éventuellement recourir à des pratiques prohibées par l'article 81 CE pour pouvoir adopter une ligne commune d'action sur le marché »⁴⁷³. La Cour ajoute que « dans le cadre de l'application de tels critères, il y a lieu d'éviter une démarche mécanique consistant à vérifier séparément chacun desdits critères pris isolément, en ignorant le mécanisme économique global d'une hypothétique coordination tacite »⁴⁷⁴.
702. Il convient donc d'établir en premier lieu si Vivendi et la nouvelle entité sont en mesure de parvenir à une appréciation commune des modalités de fonctionnement d'une coordination et à une compréhension mutuelle des stratégies pouvant ou non être considérées comme conformes à la ligne d'action commune sur les marchés intermédiaires de la télévision payante. Pour ce faire, il est nécessaire de rappeler les spécificités des modèles économiques de GCP et de Numericable et leurs implications stratégiques sur les marchés concernés.
703. Numericable est un opérateur qui développe des bouquets de chaînes, ainsi que d'autres services de télévision payante, en vue de leur commercialisation auprès des abonnés à son réseau câblé. Dans le cadre de son activité Numericable acquiert des droits auprès de

⁴⁷⁰ Lignes directrices de l'Autorité de la concurrence relatives au contrôle des concentrations, §513.

⁴⁷¹ TPICE, T-342/99, *Airtours plc. contre Commission européenne*, 6 juin 2002, point 62.

⁴⁷² CJCE, C-430-06, *Impala*, 10 juillet 2008.

⁴⁷³ *Id.*, §123.

⁴⁷⁴ *Id.*, §125.

différents éditeurs pour une diffusion de leurs contenus sur son réseau. GCP est également opérateur de télévision payante mais, à la différence de Numericable, les services qu'il développe sont destinés à être commercialisés non seulement auprès des abonnés à sa plateforme historique (le satellite) mais également auprès des abonnés des plateformes d'opérateurs tiers. GCP distribue ainsi ses offres directement sur les réseaux des principaux FAI (on parle alors « d'auto-distribution ») à l'exception de Numericable. Dans ce contexte, et contrairement à Numericable, GCP acquiert des droits auprès de différents éditeurs pour une diffusion de leurs contenus sur tout type de réseau à l'exception du câble. Pour assurer la cohérence de ses offres d'un réseau à l'autre GCP doit obtenir l'ensemble des droits nécessaires à leur diffusion. Par ailleurs, en application des injonctions prononcées par l'Autorité dans sa décision n°12-DCC-100, GCP est tenu de formuler des propositions de rémunération spécifiques pour chaque plateforme propriétaire sur laquelle ces chaînes seront diffusées⁴⁷⁵. Par ailleurs la rémunération proposée par GCP doit prendre en compte différents éléments et notamment le nombre d'abonnés desservis par la plateforme concernée⁴⁷⁶. GCP est également tenu de reprendre dans son offre une proportion minimale de chaînes indépendantes⁴⁷⁷. Enfin, GCP n'est pas autorisé à négocier des droits exclusifs pour une diffusion de chaînes sur la plateforme de Numericable, à défaut de la possibilité d'y proposer CanalSat en auto-distribution.

704. Compte tenu de leur modèle respectif et des injonctions auxquelles GCP est soumis, ces deux opérateurs ont, sur les marchés de l'édition et commercialisation de chaînes, des référentiels différents pour l'élaboration de leur stratégie d'acquisition de droits.
705. Premièrement, les injonctions encadrent le comportement tarifaire de GCP et le volume des chaînes qu'il reprend dans son offre. Par conséquent, une action coordonnée qui aurait pour objet de dégrader la rémunération des chaînes ou de répartir les droits entre les deux opérateurs risquerait de placer GCP en situation d'infraction. Le cadre contraignant mis en place par l'Autorité tend donc à prévenir la convergence des stratégies suivies par Vivendi et Numericable vers une ligne commune qui leur serait mutuellement profitable.
706. Deuxièmement, Numericable acquiert des droits en vue d'une diffusion sur sa plateforme, contrairement à GCP qui achète des droits pour une diffusion sur toutes les plateformes à l'exception du câble, en application des injonctions. GCP et Numericable évoluent donc dans des périmètres concurrentiels distincts ce qui rend peu probable une appréciation commune des modalités de fonctionnement d'une coordination.
707. Troisièmement enfin, pour l'obtention de droits de diffusion sur chaque plateforme propriétaire, GCP est mise en concurrence avec chacun des FAI concernés. Compte tenu de son modèle de distribution, les conditions de concurrence sont différentes pour Numericable qui négocie des droits pour une diffusion sur sa seule plateforme. Une définition commune de la manière dont doit fonctionner la coordination est donc difficile à obtenir dans la mesure où la nature de la concurrence qui s'exerce sur GCP est très éloignée de celle qui fera pression sur la nouvelle entité.
708. Par conséquent, la seule existence d'un lien capitalistique entre Vivendi et le nouvel ensemble ne permet pas d'établir que ces opérateurs seront en mesure de parvenir tacitement à une appréciation commune des modalités de fonctionnement d'une coordination. Par ailleurs, compte tenu des spécificités des modèles de distribution des offres de GCP d'une part et de

⁴⁷⁵ *Décision de l'Autorité de la concurrence n°12-DCC-100 du 23 juillet 2012, injonction n°5 (a).*

⁴⁷⁶ *Décision précitée, injonction n°5 (b).*

⁴⁷⁷ *Décision précitée, injonction n°3 (a).*

Numericable d'autre part, le mécanisme économique global d'une telle coordination est difficilement identifiable. Dès lors, sans qu'il soit besoin de vérifier chacun des critères définis par l'arrêt *Airtours*, le risque d'atteinte à la concurrence par le biais d'effets coordonnés peut être écarté.

709. L'existence d'un lien structurel entre les deux opérateurs et les droits d'accès à l'information stratégique qu'il confère à Vivendi sur Numericable suscitent toutefois un risque distinct. En effet, en l'absence de toute coordination tacite, Vivendi serait en mesure d'adapter son comportement en fonction des informations obtenues sur le positionnement concurrentiel et stratégique de son concurrent. Ce risque d'atteinte à la concurrence fait l'objet de développements spécifiques ci-dessous (paragraphe 722 et suivants).

2. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES DE TÉLÉVISION PAYANTE LINÉAIRES

710. Sur le marché métropolitain de la distribution de services de télévision payante linéaire, la nouvelle entité représentera [10-20] % des abonnements ([5-10] % pour Altice et [0-5] % pour SFR). A l'issue de l'opération, la position du groupe Altice restera largement inférieure à celle de GCP (environ [60-70] % de part de marché en nombre d'abonnements). La nouvelle entité restera en outre confrontée à la concurrence qu'exerceront les FAI tels qu'Orange ([5-10] % de part de marché) ou Free ([5-10] %).
711. Dans l'Océan Indien, la position de la nouvelle entité sera beaucoup plus faible qu'en métropole avec seulement [0-5] % de parts de marché en nombre d'abonnements ([0-5] % pour Altice et [0-5] % pour SRR), loin derrière GCP ([70-80] %) ou même Parabole Réunion ([20-30] %).
712. Bien que l'acquisition de SFR augmente les parts de marché du groupe Altice de manière marginale, le CSA observe que l'« *un des intérêts principaux de l'opération résidera dans la possibilité de proposer aux abonnés de SFR de migrer leurs offres vers son réseau câblé, afin qu'ils puissent avoir accès aux offres de télévision payante de Numericable* »⁴⁷⁸. Ce type de migration correspond toutefois aux risques verticaux identifiés ci-dessus dans les développements consacrés aux marchés de l'accès à internet haut et très haut débit, auxquels il est renvoyé. Il convient également de rappeler que l'ouverture de l'accès des FAI aux chaînes indépendantes a été organisée par l'Autorité par le biais des injonctions prononcées dans sa décision n° 12-DCC-100. Ceux-ci seraient donc en mesure de construire une offre concurrente de télévision payante linéaire.
713. Par conséquent l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur les marchés de la distribution de services de télévision payante linéaires par le biais d'effets horizontaux.

3. LES MARCHÉS DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES DE TÉLÉVISION PAYANTE NON LINÉAIRE

a) Le marché de la distribution de services de vidéo à la demande à l'acte

714. Numericable distribue un grand nombre d'offres de vidéo à la demande (« VàD ») à l'acte éditées par des entreprises indépendantes (notamment CanalPlay VOD, My TF1 VOD, Pluzz VàD, Virginmega, Filmo TV, Arte VoD). Après avoir édité elle-même son service pendant

⁴⁷⁸ Avis du CSA n°2014-10 du 30 juillet 2014, p. 24 (VNC : p. 23).

plusieurs années, SFR a récemment confié l'édition de son service de VàD à l'acte à VoD Factory, qui demeure le seul éditeur de VàD à l'acte présent sur la plateforme de SFR, dans le cadre [confidentiel] (ce contrat a débuté au début de l'année 2014). SFR détient 40 % du capital de la société VoD Factory, cette participation ne lui conférant aucun contrôle au sens du droit des concentrations⁴⁷⁹.

715. Sur le marché métropolitain de la distribution de services de vidéo à la demande à l'acte, la position de la nouvelle entité à l'issue de l'opération est estimée en valeur à [20-30] % ([20-30] % pour SFR et [0-5] % pour Altice). Le groupe Altice demeurera confronté à la concurrence notamment d'Orange ([20-30] %), iTunes ([20-30] %), GCP ([5-10] %) et TF1 ([5-10] %).
716. Il convient cependant de relever que la société VoD Factory, [confidentiel], dépend de cette dernière qui constitue son unique débouché. Si la nouvelle entité décidait, à l'issue de l'opération, de revoir le contrat d'exclusivité conclu entre SFR et la société VoD Factory, la pérennité de l'activité de VoD Factory serait menacée. Le CSA note ainsi que « *la réalisation de l'opération soulève également des questions sur l'avenir du modèle de distribution exclusive de VoD Factory, [confidentiel]. L'activité de cette société est ainsi intrinsèquement dépendante de la plateforme de SFR. Compte tenu de l'importance de cet acteur sur le marché de la VàD, le Conseil estime que les conditions de reprise de son offre par le nouvel ensemble devraient être examinées par l'Autorité de la concurrence* »⁴⁸⁰.
717. Dans le cadre de l'analyse des effets anticoncurrentiels d'une opération de concentration, l'Autorité est effectivement fondée, en application de l'article L. 430-6 du code de commerce, à examiner si la concentration crée ou renforce une puissance d'achat qui place les fournisseurs en situation de dépendance économique. Toutefois, la dépendance économique ne constitue une atteinte à la concurrence que si elle a un effet sur la concurrence sur un marché et, finalement, sur le surplus du consommateur, et non simplement sur un seul fournisseur, dans la mesure où l'objectif des autorités de concurrence n'est pas de protéger une entreprise en tant que telle, qu'elle soit concurrente, cliente ou fournisseur⁴⁸¹.
718. Au cas présent, le lien de dépendance qui lie VoD Factory à SFR préexiste à l'opération, qui ne modifie aucunement cet état de fait. En outre, l'opération ne conférera pas un pouvoir de marché significatif au nouvel ensemble en matière de distribution de services de VàD à l'acte. Ainsi, même à supposer que le nouvel ensemble ne renouvelle pas le contrat de VoD Factory à son échéance, une telle décision ne peut apparaître comme une conséquence directe de l'opération et ne porterait en l'état aucune atteinte significative à la concurrence sur le marché de la distribution de services de VàD à l'acte. L'opération n'est par conséquent pas susceptible de porter atteinte à la concurrence à ce titre.

b) Le marché de la distribution de services de vidéo à la demande par abonnement

719. Sur le marché des services de vidéo à la demande par abonnement (ci-après « VàDA »), SFR et le groupe Altice interviennent également comme distributeurs d'offres éditées par des entreprises tierces. En matière de VàDA, les parties ont réalisé un chiffre d'affaires de [...] d'euros en 2013⁴⁸².

⁴⁷⁹ Formulaire de notification, réponse à la question des services d'instruction n°156, p. 405-406.

⁴⁸⁰ Avis du CSA n°2014-10 du 30 juillet 2014, p.24.

⁴⁸¹ Lignes directrices précitées, §502.

⁴⁸² Avis du CSA n°2014-10 du 30 juillet 2014, p. 16 (VNC : p. 15).

720. GCP, qui édite le service Canalplay, et qui est distribué sur de nombreuses plateformes, dont celles de Numericable et SFR, a déclaré pour sa part avoir réalisé un chiffre d'affaires de 13 millions d'euros en 2013, et demeure le leader actuel du marché de la VàDA.
721. Le CSA souligne néanmoins dans son avis que le marché de la VàDA se trouve à la veille d'une importante mutation. La société Netflix est ainsi entrée sur le marché en lançant une offre de VàDA le 15 septembre 2014. Cette offre n'était toutefois pas initialement disponible sur les box des différents FAI, à défaut d'accords passés avec ces opérateurs. Selon les informations récemment rendues publics, de tels accords seraient finalement formalisés ou en voie de l'être⁴⁸³. Aussi, compte tenu de l'entrée récente sur le marché français du leader mondial de la vidéo à la demande par abonnement, il paraît très peu probable que la présente opération puisse porter atteinte à la concurrence sur ce marché⁴⁸⁴.

G. LES EFFETS CONCURRENTIELS DU MAINTIEN DE LIENS STRUCTURELS ENTRE ALTICE ET VIVENDI

722. A l'issue de l'opération le groupe Vivendi conservera une participation de 20 % dans le nouvel ensemble. Comme expliqué ci-dessus, la seule existence de ce lien ne permet pas d'entraîner un risque de coordination tacite des stratégies de Numericable et Vivendi. Néanmoins il convient d'examiner au cas d'espèce dans quelle mesure la participation minoritaire de Vivendi dans le nouvel ensemble est susceptible d'altérer les incitations de ces deux opérateurs de telle sorte qu'ils modifient unilatéralement leur comportement sur les marchés concernés. Pour cela il est tout d'abord nécessaire de présenter les droits que détiendra Vivendi au sein de la nouvelle entité (1) puis d'analyser les effets que peut avoir cette participation sur les stratégies respectives des parties (2).

1. EFFETS LIÉS AU MAINTIEN D'UN LIEN STRUCTUREL ENTRE VIVENDI ET LA NOUVELLE ENTITÉ

723. A titre liminaire, il convient de rappeler que la pratique décisionnelle a tenu compte, à plusieurs reprises, des participations minoritaires que peuvent détenir certaines parties dans l'analyse concurrentielle d'une opération de concentration, dans la mesure où ces participations sont susceptibles de leur conférer un accès à l'information stratégique sur la stratégie ou le positionnement de concurrents et ainsi modifier leurs incitations et leur comportement sur le marché⁴⁸⁵.
724. En l'espèce, dans le cadre du Protocole d'acquisition du 20 juin 2014, Vivendi, Altice, Altice France et Numericable se sont accordés sur les termes d'un « *Pacte d'actionnaires relatif à la société Numericable Group* » (ci-après le « pacte d'actionnaires »), prévoyant notamment les droits de Vivendi au sein de Numericable.

⁴⁸³ Voir, par exemple, <http://www.lefigaro.fr/medias/2014/10/01/20004-20141001ARTFIG00362-netflix-sera-bientot-disponible-sur-la-box-orange.php> et http://www.lemonde.fr/actualite-medias/article/2014/10/08/netflix-desormais-disponible-sur-certaines-box-sfr_4502231_3236.html.

⁴⁸⁴ *Id.*

⁴⁸⁵ Voir, par exemple, les décisions de la Commission européenne n° COMP/M.3653 du 13 juillet 2005, Siemens/VA Tech et n° COMP/M.4153 du 19 septembre 2006, Toshiba/Westinghouse

725. Au travers du pacte d'actionnaires, les parties à l'opération ont établi certaines règles visant à établir une coopération entre Vivendi et Altice. Ainsi, aux termes de l'article 5.2 du pacte, Vivendi et Altice « *[confidentiel]* ».
726. Le pacte d'actionnaires offre également à Vivendi un très large accès à l'information stratégique de Numericable au travers de la participation de Vivendi au conseil d'administration de Numericable (a), ainsi que dans le cadre de son « *comité d'audit* » (b), de son « *comité de suivi de l'intégration* » (c) voire de tout autre comité créé ultérieurement (d).

a) Le conseil d'administration

727. Selon les termes du Pacte d'actionnaires, le conseil d'administration de Numericable sera composé de dix membres dont deux membres seront désignés parmi les candidats proposés par Vivendi aux côtés des cinq membres proposés par Altice et des trois membres indépendants. En outre, Vivendi pourra désigner un représentant au conseil d'administration en qualité de membre observateur ne prenant pas part aux décisions.
728. Par sa présence au conseil d'administration, Vivendi disposera d'un accès direct aux informations transmises à ses membres et notamment les « *Décisions Importantes* » visées à l'article 4.8 du pacte d'actionnaires, qui doivent être approuvées préalablement par le conseil d'administration. Ainsi, Vivendi disposera des informations relatives au plan d'affaires de Numericable, son budget annuel, ses investissements et désinvestissements accompagnés du plan de financement, ses comptes annuels, son rapport annuel de gestion ou encore la « *conclusion, la modification et/ou le renouvellement de tout contrat, (...) qui représente une charge ou une dépense totale pour toute sa durée au moins égale à [x] millions d'euros (...)* ».
729. De plus, [confidentiel]⁴⁸⁶⁴⁸⁷.
730. Par ailleurs, les représentants de Vivendi auront accès à l'information transmise périodiquement aux membres du conseil d'administration de la nouvelle entité⁴⁸⁸ et notamment le « *reporting trimestriel indiquant (...) les données usuelles et conformes à la pratique passée, dans un niveau de détail raisonnable, ainsi que toute demande additionnelle d'information requise des administrateurs* ». En outre, Vivendi disposera du droit de recevoir « *communication de tous les documents et informations nécessaires à l'accomplissement de [sa] mission d'administrateur* ».
731. Enfin, il est prévu un droit d'accès « *aux commissaires aux comptes et aux auditeurs de [Numericable] sur demande adressée au Président.* »

b) Le comité d'audit

732. Aux termes du Pacte d'actionnaires, Vivendi disposera également d'un siège au sein du « *comité d'audit* »⁴⁸⁹ de Numericable, aux côtés du membre d'Altice et de trois membres indépendants.

⁴⁸⁶ Article 4.8.1 du Pacte d'actionnaires.

⁴⁸⁷ *Id.*

⁴⁸⁸ Article 4.9.5 du Pacte d'actionnaires.

⁴⁸⁹ Article 4.9.2 du Pacte d'actionnaires.

733. Le comité d'audit aura pour « *mission principale (...) d'assurer le suivi des questions relatives à l'élaboration et au contrôle des informations comptables et financières et de s'assurer de l'efficacité du dispositif de suivi des risques et de contrôle interne opérationnel (...)* ».
734. Vivendi disposera en conséquence de toutes les informations comptables et financières de l'entité issue de l'opération. Vivendi devrait ainsi avoir accès à l'ensemble des éléments de coût de la nouvelle entité et notamment, le montant des redevances versées aux chaînes de télévision payante, aux coûts des stratégies promotionnelles, aux investissements réalisés pour le développement de nouveaux services audiovisuels ou relatifs aux offres de télécommunication de la nouvelle entité.

c) Le comité de suivi de l'intégration

735. Le pacte d'actionnaires prévoit le droit pour Vivendi de désigner deux membres du « *comité de suivi de l'intégration* »⁴⁹⁰ de Numericable aux côtés des deux membres désignés par Altice. Le comité de suivi de l'intégration sera chargé principalement de « *superviser, sans pour autant bénéficier d'un quelconque pouvoir de décision, les relations de [Numericable] avec notamment les autorités de régulation* ».
736. Ainsi, Vivendi pourra notamment disposer de toutes les informations échangées avec le CSA ou l'Arcep et notamment celles relatives aux relations avec les éditeurs de chaînes.

d) Tout autre comité

737. Le pacte d'actionnaires confère enfin à Vivendi le droit de disposer d'au moins un membre dans tout autre comité créé ultérieurement au sein de Numericable⁴⁹¹. Des comités pourront ainsi être créés sur décision du conseil d'administration dans le but de donner un avis sur toute question qu'il aura été chargé d'étudier par le Président ou de sa propre initiative.
738. De la sorte, les parties se réservent la faculté de créer un comité sur tout sujet de leur choix. Il leur sera parfaitement loisible de créer des comités en charge de questions tenant aux marchés sur lesquels les activités de Vivendi et d'Altice sont en concurrence, ce qui renforcera encore les accès de Vivendi à l'information confidentielle et stratégique sur son principal concurrents.

2. EFFETS DE LA DÉTENTION D'UNE PARTICIPATION MINORITAIRE DE VIVENDI DANS LE CAPITAL DE LA NOUVELLE ENTITÉ

739. Il découle de ce qui précède que l'opération confèrera à Vivendi un accès étendu aux informations stratégiques de la nouvelle entité. A l'issue de la concentration, Vivendi, par l'intermédiaire de GCP, pourra mettre à profit cet avantage informationnel afin de restreindre la concurrence sur les marchés de l'édition et de la commercialisation de chaînes **(a)**. De même, le potentiel concurrentiel du nouvel ensemble sur les marchés ultramarins de la distribution d'accès à internet risque d'être contraint par la capacité de Vivendi à anticiper toute offensive commerciale **(b)**.

⁴⁹⁰ Article 4.9.3 du Pacte d'actionnaires.

⁴⁹¹ Article 4.9.4 du Pacte d'actionnaires (annexe 3.2(i)), du 20 juin 2014.

a) Sur les marchés de l'édition et commercialisation de chaînes de télévision payante

740. Sur les marchés intermédiaires de la télévision payante GCP, filiale à 100 % de Vivendi, reste le principal acteur en France métropolitaine et dans les départements et régions d'outre-mer. Une fois l'opération réalisée, GCP pourra donc obtenir de Numericable des informations relatives aux éditeurs des chaînes distribuées par la nouvelle entité, notamment en ce qui concerne leur niveau de rémunération. Ces informations pourraient ensuite lui permettre d'accroître son pouvoir de négociation vis-à-vis de ces éditeurs dans le cadre de la reprise de leurs chaînes sur CanalSat.
741. Le groupe AB observe ainsi que *« les informations les plus sensibles sont naturellement le montant et les modalités des rémunérations versées, car elle permettrait notamment à Vivendi d'ajuster à la baisse les rémunérations versées par CanalSat dans l'hypothèse où celles-ci seraient auparavant supérieures. La date d'échéance des contrats est la seconde information essentielle car la connaître permettrait à Vivendi de faire peser une pression particulière sur les éditeurs indépendants lors de leurs négociations avec la nouvelle entité (de façon à influencer sur les conditions que ces éditeurs seraient amenés à conclure avec elle) ou en ajustant par la suite ses propres échéances sur celles de la nouvelle entité (si, dans le cadre d'une politique coordonnée, Vivendi et la nouvelle entité entendaient exercer une pression conjointe sur les éditeurs de service) »*⁴⁹².
742. GCP pourrait également profiter de ces informations pour préempter toute stratégie de sortie de l'exclusivité CanalSat dont pourrait faire preuve une chaîne indépendante. En effet lorsqu'une chaîne souhaite mettre fin à une distribution exclusive sur CanalSat elle doit s'assurer des perspectives de rémunération offertes par les distributeurs concurrents et donc, à terme, par la nouvelle entité. Cette stratégie de prospection ne pourra pas, à l'issue de l'opération se faire dans l'ignorance de Vivendi qui pourra agir en conséquence.
743. Free note ainsi que *« Vivendi sera également en mesure :*
- *de connaître*
 - *les chaînes qui étudient une éventuelle sortie de l'exclusivité ADSL CanalSatellite en amont de toute décision par le jeu des discussions avec les opérateurs dont le nouvel ensemble,*
 - *les conditions proposées par le nouvel ensemble pour lever l'exclusivité ADSL,*
 - *et donc de proposer aux chaînes*
 - *soit des offres plus attractives pour conserver l'exclusivité mais en connaissant préalablement le complément de rémunération à proposer pour conserver l'exclusivité,*
 - *soit des offres non-exclusives suffisamment basses pour que la somme des rémunérations CanalSatellite + FAI soit inférieure à la rémunération exclusive proposée par CanalSatellite »*⁴⁹³.
744. Grâce à l'opération GCP pourrait donc améliorer sa position de négociation pour la reprise des chaînes indépendantes au détriment des éditeurs et des distributeurs concurrents. Cette situation serait de nature à affaiblir l'efficacité des injonctions prononcées par l'Autorité à l'occasion de sa décision n° 12-DCC-100, comme l'a observé une majorité de répondants.

⁴⁹² Réponse du groupe AB au test de marché du 1^{er} août 2014, question n°19.

⁴⁹³ Réponse du groupe Iliad au test de marché du 1^{er} août 2014, question n°19 à 21.

b) Sur les marchés ultramarins de la distribution d'accès à internet

745. GCP a récemment diversifié son activité en faisant l'acquisition au début de l'année 2014 du contrôle de Mediaserv, fournisseur d'accès internet dans les départements et régions d'outre-mer⁴⁹⁴.
746. Après l'opération, Vivendi pourra avoir connaissance de la stratégie commerciale de la nouvelle entité sur les marchés ultramarins de la distribution d'accès à internet. Vivendi pourra ainsi anticiper à son avantage les efforts que pourrait déployer la nouvelle entité pour concurrencer sa filiale. COS/Mediaserv pourra notamment être informée du projet de lancement de nouvelles offres par Numericable consistant par exemple en de nouveaux services disponibles sur les box ou encore une modification de sa stratégie tarifaire.

c) Conclusion

747. Les droits à l'information découlant de la participation minoritaire de Vivendi au sein de la nouvelle entité sont donc de nature à créer des risques concurrentiels.
748. Ces risques sont d'autant plus avérés que SFR a fait publiquement valoir que la participation de Vivendi au capital du nouvel ensemble revêtait un objectif « industriel » important. Le Président de SFR a ainsi déclaré devant la commission des affaires économiques du Sénat que *« seulement 20 % du capital seront cotés en bourse, puisque Altice en détiendra 60 % - cette holding étant détenue à 75 % par Patrick Drahi - et Vivendi les 20 % restant. Cette participation de notre société historiquement mère est très importante sur le plan industriel »*⁴⁹⁵.
749. Le recentrage de la stratégie industrielle du groupe Vivendi sur ses activités relevant du secteur des médias, dont la cession de SFR est précisément l'une des conséquences, renforce donc d'autant plus le risque que Vivendi utilise l'accès à l'information sur la position et la stratégie du nouvel ensemble. Cet accès lui permettra d'orienter son propre comportement afin de renforcer sa position sur les marchés de la télévision payante et de limiter la capacité concurrentielle de la nouvelle entité vis-à-vis de *Canal Plus Overseas/Mediaserv* dans l'Océan Indien.

H. MARCHÉ DES SERVICES INFORMATIQUES

750. Sur le marché global des services informatiques, la part de marché cumulée des parties est inférieure à [0-5] %. Dans l'hypothèse d'une segmentation par type de services, les activités des parties se chevauchent uniquement sur le segment des services d'externalisation des technologies de l'informatique. La part de marché cumulée des parties sur ce segment est inférieure à [0-5] %. La part de marché cumulée des parties n'excède pas non plus [5-10] % selon les différentes segmentations alternatives envisagées par la pratique décisionnelle, quel que soit le segment retenu.

⁴⁹⁴ Décision de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de Mediaserv, Martinique Numérique, Guyane Numérique et La Réunion Numérique par Canal Plus Overseas.

⁴⁹⁵ Audition de MM. Jean-Yves Charlier, président-directeur général et Olivier Henrard, secrétaire général de SFR, par la commission des affaires économiques du Sénat, 14 mai 2014 (disponible à l'adresse suivante : <http://www.senat.fr/compte-rendu-commissions/20140512/devdur.html#toc7> (visité le 10 août 2014)).

751. En outre, plusieurs concurrents importants sont présents sur ces marchés, notamment Orange Business Services, SPIE Communications, Nextira One France, IBM Global Services, British Telecom Services ou encore Bull.
752. L'opération n'est donc pas susceptible de soulever de problèmes de concurrence sur le marché des services informatiques.

IV. Les engagements

753. La partie notifiante a présenté une série d'engagements en vue de remédier aux effets anticoncurrentiels de l'opération décrits dans la présente décision. Le contenu de ces engagements a été examiné et fait l'objet de négociations à la suite de la séance et de deux tests de marché, avant d'être formulés de manière définitive le 27 octobre 2014. C'est dans cette ultime version, qui permet de remédier aux atteintes à la concurrence identifiés par l'Autorité, qu'ils sont présentés ci-après.
754. Les mesures correctives souscrites, qui sont annexées à la présente décision, seront donc examinées (B), après avoir exposé les règles et principes guidant l'Autorité dans son appréciation (A).

A. LES PRINCIPES D'APPRÉCIATION ET LE CADRE LÉGAL DES MESURES CORRECTIVES ADAPTÉES

755. Aux termes de l'article L. 430-7 II du code de commerce, « *après avoir pris connaissance de l'ouverture d'un examen approfondi en application du dernier alinéa du III de l'article L. 430-5, les parties peuvent proposer des engagements de nature à remédier aux effets anticoncurrentiels de l'opération. (...)* ».
756. Les mesures destinées à remédier aux atteintes à la concurrence résultant de l'opération notifiée doivent être conformes aux critères généraux définis par la pratique décisionnelle et la jurisprudence afin d'être jugées aptes à assurer une concurrence suffisante, conformément à ces dispositions.
757. Comme le précisent les lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations, ces mesures doivent être efficaces en permettant de remédier pleinement aux atteintes à la concurrence identifiées. A cette fin, leur mise en œuvre ne doit pas soulever de doute, ce qui implique qu'elles soient rédigées de manière suffisamment précise et que les modalités opérationnelles pour les réaliser soient suffisamment détaillées. Leur mise en œuvre doit également être rapide, la concurrence n'étant pas préservée tant qu'elles ne sont pas réalisées. Elles doivent en outre être contrôlables⁴⁹⁶. Enfin, l'Autorité doit veiller à ce que les mesures correctives soient neutres, au sens où elles doivent viser à protéger la concurrence en tant que telle et non des concurrents spécifiques, et proportionnées, dans la mesure où elles doivent être nécessaires pour maintenir ou rétablir une concurrence suffisante⁴⁹⁷.

⁴⁹⁶ Lignes directrices de l'Autorité relatives au contrôle des concentrations, §525.

⁴⁹⁷ Id., paragraphe 526.

758. Par ailleurs, afin de remédier aux atteintes résultant d'une opération de concentration, l'Autorité recherche généralement en priorité des mesures structurelles, qui visent à garantir des structures de marché compétitives par des cessions d'activités ou de certains actifs à un acquéreur approprié, susceptible d'exercer une concurrence réelle, ou l'élimination de liens capitalistiques entre des concurrents⁴⁹⁸. Toutefois, dans la mesure où, afin de satisfaire l'objectif de neutralité qui s'impose à l'Autorité, des remèdes de nature comportementale apparaîtraient au cas d'espèce plus appropriés pour compenser certaines des atteintes à la concurrence résultant de l'opération, il convient de définir de tels remèdes de manière à assurer leur efficacité et leur contrôlabilité. Il est notamment impératif que l'efficacité des mesures prescrites dans le cadre de la présente décision ne puisse dépendre de la seule diligence et du bon vouloir des parties notifiantes.
759. Au cas présent, les engagements souscrits comportent un ensemble de mesures structurelles et comportementales.
760. Les engagements structurels, c'est-à-dire les cessions d'activité, peuvent efficacement remédier aux atteintes à la concurrence si les activités cédées sont viables et compétitives. Pour ce faire, le périmètre de cession doit comprendre tous les actifs et l'ensemble du personnel nécessaires à son bon fonctionnement⁴⁹⁹. De plus, une cession d'activité n'est efficace que si l'acquéreur est approprié, c'est-à-dire qu'il est indépendant des parties, qu'il possède les compétences et la capacité pour développer les activités concernées et concurrencer efficacement les parties, et que l'acquisition n'est pas susceptible de créer de nouvelles atteintes à la concurrence⁵⁰⁰.
761. Les engagements comportementaux peuvent consister dans des mesures d'accès des concurrents aux infrastructures ou à tout autre type d'intrants. De telles mesures sont appropriées lorsque l'accès des concurrents au marché est menacé par des risques de verrouillage d'un marché amont, directement liés aux effets verticaux de l'opération⁵⁰¹. De tels accès peuvent toutefois s'avérer complexes, les engagements ayant pour objectif d'en garantir le principe et la mise en œuvre, et décrivant en termes généraux les modalités et conditions d'accès.
762. Plusieurs mesures peuvent néanmoins assurer la mise en œuvre effective de ce type d'engagements. Premièrement, les engagements doivent prévoir des mesures de contrôle adaptées, comme l'obligation de mettre à la disposition de l'Autorité de la concurrence les éléments de coût spécifiques à l'infrastructure à laquelle il est donné accès⁵⁰².
763. Deuxièmement, lorsque l'accès prévu aux engagements suppose la conclusion de contrats complexes, le contrôle de la mise en œuvre des mesures souscrites peut être assuré par la soumission à l'agrément de l'Autorité d'offres de référence dont l'objet est de définir les paramètres principaux des produits ou services de gros que la partie notifiante s'engage à proposer⁵⁰³.

⁴⁹⁸ *Id.*, §528.

⁴⁹⁹ *Id.*, §579.

⁵⁰⁰ *Id.*, §586.

⁵⁰¹ *Id.*, §607.

⁵⁰² Voir, en ce sens, la Communication de la Commission européenne concernant les mesures correctives recevables conformément au règlement n° 139/2004, §66.

⁵⁰³ Voir, par exemple, les décisions n° 12-DCC-100, précitée, injonctions n° 3(c), 3(d) et 6(c), et n° 13-DAG-01 du 7 juin 2013 relative à l'exécution de l'injonction n° 3(c) prononcée dans la décision n° 12-DCC-100 autorisant la prise de contrôle exclusif de TPS et CanalSatellite par Vivendi Universal et Groupe Canal Plus.

764. Troisièmement, enfin, la bonne mise en œuvre d'engagements d'accès nécessite l'action des acteurs du marché qui souhaitent en bénéficier. A cet égard, la pratique décisionnelle et le droit européen prévoient qu'il convient de permettre aux parties tierces elles-mêmes d'exécuter les engagements en organisant leur accès à un mécanisme rapide de règlement des litiges par des procédures d'arbitrage impliquant le mandataire ou les autorités réglementaires compétentes⁵⁰⁴. Au cas présent, toutefois, la loi organise d'ores et déjà le règlement par l'Arcep de différends consistant en un refus d'accès ou d'interconnexion, d'échec des négociations commerciales ou de désaccord sur la conclusion ou l'exécution d'une convention d'interconnexion ou d'accès à un réseau de communications électroniques.
765. L'article L. 36-8 I du CPCE prévoit en effet qu'« *en cas de refus d'accès ou d'interconnexion, d'échec des négociations commerciales ou de désaccord sur la conclusion ou l'exécution d'une convention d'interconnexion ou d'accès à un réseau de communications électroniques, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes peut être saisie du différend par l'une ou l'autre des parties* ». Le champ d'application de cette procédure est large, le code définissant la notion d'accès au sens de ces dispositions comme « *toute mise à disposition de moyens, matériels ou logiciels, ou de services, en vue de permettre au bénéficiaire de fournir des services de communications électroniques* » (article L. 36 8° du CPCE). L'Arcep se prononce de surcroît dans un délai de 4 mois, sauf circonstances exceptionnelles où le délai est porté à 6 mois (article R. 11-1 du CPCE). Dans sa décision, le régulateur « *précise les conditions équitables, d'ordre technique et financier, dans lesquelles l'interconnexion ou l'accès doivent être assurés* » (article L. 38-6 I du CPCE).

B. SUR LE CARACTÈRE APPROPRIÉ DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS

766. Les engagements proposés par la partie notifiante ont pour but de remédier aux atteintes à la concurrence qu'entraîne l'opération par le biais d'effets horizontaux, verticaux et congloméraux sur le marché de la fourniture d'accès à internet haut et très haut débit et les marchés de gros des offres activées généralistes (1), de la collecte sur le réseau de longue distance (2) et de la distribution d'accès à Internet (3), sur les marchés des services de télécommunications fixes spécifiques aux entreprises (4) et de la téléphonie mobile dans l'Océan Indien (5). La partie notifiante s'engage en outre à recourir à la procédure de règlement des différends lorsque celle-ci est adaptée à la résolution d'éventuelles difficultés d'accès avec les clients de ses offres d'accès, sans préjudice du contrôle exercé par l'Autorité sur l'exécution des engagements (6). Enfin, les engagements visent à remédier aux risques concurrentiels qu'entraînent le maintien d'un lien entre Numericable Group et Vivendi (7).

1. MESURES RELATIVES AU MARCHÉ DE GROS DES OFFRES ACTIVÉES GÉNÉRALISTES ET AU MARCHÉ DE DÉTAIL DE LA FOURNITURE D'ACCÈS À INTERNET HAUT ET TRÈS HAUT DÉBIT

767. La concentration, en renforçant l'intégration verticale de Numericable et en lui conférant les moyens de construire des offres 4P combinant services de télécommunications fixes et mobiles, entraîne pour les autres opérateurs de télécommunications deux obstacles à l'animation de la concurrence sur les marchés concernés. Le premier obstacle tient à

⁵⁰⁴ Voir, sur ce point, la Communication de la Commission européenne concernant les mesures correctives recevables conformément au règlement n° 139/2004, §66 et les décisions de la Commission européenne n° M.2876 du 2 avril 2003, *Newscorp/Telepiù*, §259 et n° M.3916 du 26 avril 2006, *T-Mobile Austria/Tele.ring*, §140.

l'incapacité des concurrents, en l'état des déploiements des réseaux FttH, à répliquer les offres du nouvel ensemble en matière de fourniture d'accès à internet très haut débit. Le second est relatif à la possibilité qu'aura Numericable, après l'opération, de faire échec au déploiement ou à l'exploitation des réseaux FttH dans lesquels ses concurrents sont engagés avec SFR dans le cadre de contrats de co-investissement. Par ailleurs, la nouvelle entité pourrait utiliser des informations stratégiques concernant les déploiements FttH de ses concurrents pour mener des opérations de démarchage géographiquement ciblé pour préempter la clientèle avant que les opérateurs FttH ne soient en mesure de commercialiser leurs propres offres.

768. Les engagements d'accès au réseau câblé ont donc pour objectif de donner les moyens aux concurrents de Numericable de répliquer à brève échéance ses offres de détail à l'issue de l'opération **(a)**. Les engagements concernant les contrats conclus par SFR avec Orange et Bouygues Telecom avant l'opération visent à empêcher le nouvel ensemble de faire obstacle aux déploiements FttH de ces opérateurs et à la jouissance normale des réseaux déployés **(b)**. Enfin, les engagements relatifs à l'utilisation des données IPE visent à éviter tout risque de préemption de la clientèle très haut débit par l'utilisation induite de ces informations **(c)**.

a) Engagements relatifs à l'accès au réseau câblé de Numericable

769. Avant d'être formulés de manière définitive, les engagements proposés ont fait l'objet de négociations et ont été améliorés au cours de la procédure en ce qui concerne principalement le périmètre de l'accès **(i)**, ses modalités **(ii)**, ses bénéficiaires **(iii)**, le traitement non-discriminatoire des bénéficiaires **(iv)** et les conditions de sortie des offres d'accès **(v)**. Les engagements relatifs à l'accès au réseau câblé donneront lieu à une offre de référence agréée par l'Autorité **(vi)**. Enfin, l'articulation entre les engagements d'accès et le contrat bitstream existant entre Numericable et Bouygues Telecom a été traitée **(vii)**.

i. Sur le périmètre d'accès

770. L'objectif des engagements d'accès au réseau câblé de Numericable consiste à éviter que la nouvelle entité ne puisse s'appuyer sur celui-ci pour préempter la clientèle très haut débit en zone câblée. Ces engagements visent à la fois à ouvrir l'accès au câble pour permettre aux clients de la nouvelle entité de répliquer ses offres de détail et à préserver leurs incitations à déployer leurs propres réseaux FttH.
771. Dans ses propositions initiales, la partie notifiante limitait toutefois le périmètre d'accès au seul câble modernisé, tout en organisant l'extinction de son engagement dès lors que 30 % du territoire d'une commune serait couvert par le déploiement au moins horizontal d'un réseau concurrent de fibre optique. Cette proposition n'était pas de nature à répondre aux problèmes concurrentiels soulevés, à plusieurs égards. Tout d'abord, même si le réseau câblé modernisé offre de meilleurs débits, ceux proposés par le réseau câblé non encore modernisé correspondent à la définition du très haut débit, puisqu'ils offrent des débits excédant 30 Mbits/s. Par ailleurs, le seul déploiement horizontal d'un réseau FttH n'offre aucune possibilité d'animation concurrentielle, dès lors que l'accès au client nécessite de mettre en œuvre les opérations de déploiement vertical et de raccordement des logements. Comme rappelé ci-dessus, ces opérations sont généralement les plus longues et complexes à mettre en œuvre dans la mesure où elles nécessitent notamment que les opérateurs d'immeubles obtiennent l'accord des copropriétés. En tout état de cause, l'Autorité ne peut accepter d'engagements par lesquels les parties décident de leur propre initiative, sans contrôle de sa part ni agrément, de s'exonérer des obligations qu'ils souscrivent en contrepartie d'une autorisation de concentration.

772. Le périmètre d'accès est donc défini dans la version définitive des engagements comme l'ensemble des prises du réseau câblé de Numericable permettant d'offrir un débit d'au moins 30 Mbits/s. Ce périmètre restera constant pendant la durée de mise en œuvre des engagements. En outre, afin d'assurer un traitement non-discriminatoire, Numericable s'engage à faire bénéficier les souscripteurs à son offre de gros des classes de débits qu'il est en mesure de proposer à ses propres abonnés.
773. L'engagement d'accès est par ailleurs conditionné à l'existence de capacités disponibles d'accueil sur le réseau câblé. Cette réserve est justifiée puisque tout réseau de communication électronique est sujet à une contrainte de capacité. Elle est également raisonnable dans la mesure où, par ailleurs, la partie notifiante s'est engagée à dimensionner comme elle le fait pour ses propres besoins, les ressources techniques pour l'accueil des abonnés des opérateurs clients des offres d'accès au réseau câblé, ce qui garantit l'absence de discrimination entre les opérateurs clients et la partie notifiante.

ii. Sur les modalités d'accès

774. Les engagements proposés par Numericable consistent en deux offres d'accès activé au réseau câblé. La première (« engagement d'accès n° 1 »), est une offre de distribution en « marque blanche » réservée aux MVNO qui ne déploient pas de réseau FttH au niveau national. La seconde (« engagement d'accès n° 2 ») est une offre bitstream qui permet à tous les opérateurs de communication électronique de louer des accès très haut débit activés par Numericable.
775. Il convient de préciser les arbitrages qui expliquent le type d'accès au réseau câblé choisi pour remédier aux effets de l'opération, ainsi que les motifs qui expliquent que les engagements portent sur deux formes différentes d'accès et les autres modalités d'accès prévues.

◆ Sur le type d'accès au réseau câblé

776. Comme rappelé dans les développements précédents, un opérateur qui achète une offre de gros afin de construire une offre de détail peut recourir soit à un accès passif sur la boucle locale, soit à une offre de gros d'accès activée à l'infrastructure d'un autre opérateur. Les offres de gros passives permettent aux opérateurs d'accéder à différents niveaux de réseau en s'inscrivant dans une logique de concurrence par les infrastructures, alors que les offres de gros activées sur les infrastructures d'opérateurs tiers relèvent d'une concurrence par les services.
777. Le câble présente toutefois la particularité de ne faire l'objet d'aucune solution opérationnelle d'accès passif.
778. A ce propos, Orange a fait valoir en séance l'existence d'une telle solution dite « FttDP » (*Fiber to the Distribution Point*), qui est d'après l'Arcep « une architecture de réseaux à très haut débit consistant à déployer de la fibre optique jusqu'à un point très proche du logement de l'abonné et, contrairement au FttH (*Fiber to the Home*), à réutiliser le câblage existant (ligne de cuivre ou câble coaxial) sur le segment terminal pour raccorder le logement à la fibre optique. Un boîtier de conversion (appelé DPU*1) raccorde la fibre au segment métallique terminal sur lequel les services sont fournis à l'abonné. Ce boîtier est alimenté en énergie par le réseau électrique de l'abonné via le segment terminal »⁵⁰⁵. De telles solutions seraient utilisées aux Etats-Unis et des expérimentations seraient en cours en Pologne d'après Orange. L'Arcep considère que « à l'échelle mondiale, il existe une grande variété de configurations pouvant avoir des points communs avec l'architecture FttDP. Cependant,

⁵⁰⁵ Arcep, Synthèse des échanges du groupe de travail sur le FttDP, Consultation publique du 7 février au 28 avril 2014.

aucun exemple de déploiement massif de FttDP (tel que défini ci-dessus) n'a été porté à la connaissance de l'Autorité à ce jour »⁵⁰⁶.

779. Par ailleurs, s'il existe un groupe de travail piloté par l'Arcep au sujet du FttDP, celui-ci vise l'utilisation du FttDP sur la boucle locale cuivre et non sur la boucle locale coaxiale. Or, la technologie FttDP sur la boucle locale cuivre n'est elle-même pas encore opérationnelle, la synthèse des travaux du groupe de travail faisant état d'« *un certain nombre de sujets clés, notamment techniques et juridiques, à explorer avant un éventuel déploiement du FttDP* ». Par ailleurs, l'Arcep rappelle que « *comme toute technologie ayant vocation à être déployée sur la boucle locale de cuivre, le FttDP devra faire l'objet d'une étude au sein du comité d'experts pour l'introduction de nouvelles techniques sur la boucle locale de cuivre* »⁵⁰⁷. En tout état de cause, une technologie d'accès passif au réseau câblé n'a à ce stade fait l'objet d'aucun test officiel en France et ne pourrait être mise en œuvre qu'après de longues procédures de test et de validation. Ainsi, compte tenu des délais probables de mise en œuvre, une telle solution ne répondrait en aucune manière au risque de préemption de la clientèle très haut débit par la nouvelle entité.
780. Pour l'ensemble de ces raisons, un accès passif au réseau câblé n'est pas un remède envisageable à l'occasion de la présente opération. Les engagements portent donc sur un accès activé au câble.

◆ Sur les deux types d'accès activés proposés

781. La première proposition d'engagements de Numericable comportait une offre d'accès activé unique, mettant à disposition des opérateurs des prestations de lien d'accès au câble, de services de téléphonie, de services internet et de services TV, ainsi que le terminal (la « box »). Cette offre comportait des conditions qui permettaient à l'opérateur qui y souscrivait d'exercer une activité de distribution des services fournis par Numericable sous sa propre marque, mais sans maîtrise des éléments de différenciation pourtant possibles dans le cadre d'accès activé, comme le développement d'une box propre et des interfaces commerciales spécifiques. Il s'agissait donc d'une offre d'accès activé sous « marque blanche », qui s'apparente aux offres que des MVNO tels qu'Auchan ou Darty ont souscrit dans le passé auprès de Numericable.
782. Une telle offre est apparue cependant nécessaire pour permettre aux opérateurs MVNO, qui ne disposent pas de plateformes techniques suffisantes et ne sont pas en mesure de déployer leur propre box et de produire les différents services par eux-mêmes, de proposer des offres très haut débit pour prévenir leur exclusion du segment du très haut débit.
783. Une offre de distribution en marque blanche est en revanche insuffisante pour rétablir une concurrence effective entre opérateurs de réseau. Comme indiqué dans les développements ci-dessus consacrés à l'analyse concurrentielle de l'opération, il est nécessaire de prévenir le risque de préemption par la nouvelle entité de la clientèle très haut débit pour les FAI engagés dans le déploiement de leurs réseaux FttH. Pour ce faire, ces opérateurs doivent être placés sur un pied d'égalité avec la nouvelle entité dans l'accès à cette clientèle.
784. L'expérience de Bouygues Telecom, qui commercialise des offres très haut débit en s'adossant au réseau de Numericable par le biais d'un accès bitstream montre que ce type d'offre est adaptée à la conquête de clients. Bouygues Telecom est en effet parvenu à constituer une base de plus de 360 000 abonnés grâce à cet accès depuis 2009. Les offres

⁵⁰⁶ *Ibid.*

⁵⁰⁷ *Id.*

bitstream présentent en effet l'avantage de conférer aux FAI un accès au câble tout en leur permettant d'utiliser leur interface client, leur plateforme de services, leur cœur de réseau et leur propre box. A cet égard, les représentants de Numericable ont confirmé en séance que, compte tenu de la prévalence des réseaux câblés au niveau mondial, le développement d'une box compatible ne devrait poser aucune difficulté, les solutions techniques étant disponibles à tout opérateur intéressé et pouvant être produites sans délai à une échelle industrielle.

785. Par ailleurs, cette offre restera ouverte aux MVNO qui auraient réalisé les investissements techniques nécessaires et seraient en mesure de proposer des offres de détail plus différenciantes qu'avec l'offre d'accès en marque blanche. Cette dernière mesure permet de préserver une échelle progressive des investissements pour ce type d'acteurs.
786. Les engagements par lesquels la nouvelle entité offrira deux formes d'accès activé à son réseau aux opérateurs de communications électroniques permettront donc de remédier adéquatement aux problèmes de concurrence identifiés.

◆ Sur les autres modalités d'accès

787. La partie notificante s'est par ailleurs engagée à assurer la prestation de raccordement de l'utilisateur final, ainsi que le dépannage pour le compte des opérateurs clients.
788. Cette disposition a été critiquée à l'occasion du test de marché par plusieurs opérateurs. Ces derniers considèrent en effet que la maîtrise des raccordements et des opérations de dépannage et de maintenance est indispensable à la maîtrise de la qualité de service qu'ils assurent à leurs clients. En outre, certains considèrent que l'intervention des techniciens de Numericable ou de ses sous-traitants auprès des abonnés des opérateurs clients de l'offre de gros est de nature à permettre des comportements de dénigrement, de détournement de clientèle et plus généralement d'agissements déloyaux vis-à-vis de l'opérateur client.
789. Afin de remédier à ces risques, la partie notificante s'engage à inclure dans le contrat de travail de ses techniciens d'intervention et dans les contrats de sous-traitance une clause destinée à assurer l'interdiction de tout comportement de dénigrement et de détournement de clientèle. Cette mesure sera assortie d'un dispositif de sensibilisation des techniciens qui sera soumis au mandataire. La partie notificante s'est en outre engagée à traiter les clients de ses offres d'accès de manière non-discriminatoire, dans les conditions détaillées ci-dessous.

◆ Sur les prestations audiovisuelles fournies

790. Les offres d'accès prévoient la fourniture de prestations de diffusion de services de télévision, sous réserve des accords de distribution conclus par l'opérateur avec les éditeurs de programmes. Les bénéficiaires de ces offres d'accès auront donc la possibilité d'offrir à leurs abonnés des services de télévision qui pourront être différenciés par rapport à ceux proposés par la nouvelle entité. Cette liberté dans la composition des offres audiovisuelles est nécessaire pour garantir l'efficacité de l'engagement dans la mesure où elle permettra aux concurrents de concevoir des offres très haut débit différenciantes.
791. Dans leurs versions précédentes, les offres d'accès prévoyaient une prestation de fourniture de services de télévision édités par la nouvelle entité sous la marque « TV by Numericable ». Dans le cadre de l'instruction, des éditeurs de programmes ont indiqué que certaines des chaînes dont ils avaient confié les droits de distribution à Numericable avaient été diffusées dans le cadre d'offres commercialisées par Numericable sous marque blanche par le passé. Les éditeurs ont contesté la légalité d'un tel comportement, dans la mesure où les droits consentis à Numericable n'autorisaient pas l'opérateur à en étendre la diffusion de la sorte. Au demeurant, il résulte des développements précédents que l'opération ne soulève pas de risque

d'atteinte à la concurrence sur les marchés intermédiaires de l'édition et de la commercialisation de chaînes payantes. L'inclusion d'une telle prestation dans les engagements, dont la légalité était contestée dans le cadre du test de marché, n'était donc nullement requise pour remédier à un quelconque effet anticoncurrentiel de l'opération.

792. Toutefois, afin de ne pas priver Numericable de la possibilité de fournir des prestations de service accessoires, notamment à des opérateurs insusceptibles de composer leurs propres bouquets de télévision tels que certains MVNO, les engagements réservent la possibilité à la partie notifiante de proposer « *d'autres prestations ou services* » aux opérateurs clients de ses offres d'accès.
793. De telles prestations ne pourront néanmoins être obligatoires pour ces derniers ou liées de quelque manière que ce soit aux offres d'accès au câble. Au demeurant, les engagements ne sauraient être invoqués par Numericable pour se soustraire à ses obligations vis-à-vis des éditeurs de chaînes ou outrepasser les droits qui lui sont consentis par ces derniers.

iii. Sur les bénéficiaires des engagements d'accès

794. Tel que précisés ci-dessus, les engagements d'accès au réseau câblé ont pour objectif de donner les moyens aux opérateurs qui le souhaitent de répliquer les offres de Numericable afin de garantir les conditions d'une concurrence pérenne sur les marchés de détail. Deux catégories d'opérateurs sont ainsi susceptibles d'animer la concurrence sur les marchés de détail, à savoir les opérateurs de réseaux fixes et les MVNO. Conformément aux développements précédents, les engagements ont ainsi été conçus pour répondre aux besoins spécifiques d'accès de ces deux catégories d'opérateurs.
795. Par ailleurs, il convient de veiller à ce que la mise en œuvre des engagements ne puisse être utilisée pour accroître les risques identifiés par l'analyse concurrentielle. En particulier, il est nécessaire de prévenir le risque que les engagements d'accès soient utilisés comme des vecteurs propices à l'échange d'informations entre la nouvelle entité et Vivendi, ou de nature à favoriser la coordination du comportement des deux groupes. En l'absence de mesure spécifique, il ne peut être en effet exclu que certaines filiales du groupe Vivendi souscrivent à l'une des offres d'accès au réseau câblé. L'établissement de tels liens renforcerait les rapports entre les actionnaires de la nouvelle entité en leur offrant à la fois de nouveaux canaux de communication et des objectifs communs. Dès lors, les effets anticoncurrentiels relevés ci-dessus et relatifs aux relations entre Vivendi et la nouvelle entité se verraient renforcés.
796. Par conséquent, la partie notifiante s'est engagée à exclure du champ des engagements tout opérateur présentant un lien capitalistique avec le groupe Vivendi.

iv. Sur le champ d'application du principe de non-discrimination

797. Les engagements prévoient que les offres d'accès seront proposées par Numericable à des conditions tarifaires et non-tarifaires transparentes, objectives et non-discriminatoires.

◆ Sur les conditions tarifaires

798. Les engagements prévoient que les conditions tarifaires d'accès seront transparentes, objectives et non-discriminatoires, en ne générant aucun effet de ciseau tarifaire. Cet engagement correspond à l'application du caractère non-discriminatoire de l'offre d'accès vis-à-vis des propres conditions et offres de la partie notifiante à l'issue de l'opération. Il s'agit d'une condition d'effectivité des engagements, dans la mesure où elle garantit la répliquabilité des offres du nouvel ensemble par ses concurrents.

799. Certains tiers interrogés dans le cadre du test des engagements ont plaidé pour que Numericable s'engage à orienter ses tarifs de gros vers les coûts. Toutefois, dans son principe, l'absence de ciseau tarifaire garantit que Numericable ne se réserve pas des prestations de service à des conditions empêchant les concurrents de répliquer ses offres de détail et suffit, par conséquent, à assurer l'effectivité des engagements d'accès sans qu'il soit nécessaire de contraindre davantage sa politique commerciale.
800. Un répondant au test des engagements a, au contraire, fait valoir que le tarif pour l'accès activé au câble devrait être fixé de manière à maintenir l'incitation pour les clients de son offre de gros à investir sur des offres d'accès passives dans le cadre du FttH mutualisé. Cet opérateur considère que la fixation d'un tarif d'accès au câble à un niveau moins élevé que l'investissement nécessaire au déploiement d'un réseau FttH pourrait avoir pour effet de limiter la concurrence par les infrastructures en dissuadant l'investissement dans la fibre optique. Cet argument ne tient toutefois compte ni du caractère temporaire de l'engagement souscrit par la partie notifiante, ni de l'objectif des remèdes. En effet, l'accès au câble est prévu pour une durée limitée et ne pourra constituer une solution pérenne pour les opérateurs engagés dans le déploiement de la fibre, contrairement à la constitution d'une infrastructure propre. En outre, l'objectif de l'engagement est précisément de permettre à ces opérateurs d'accéder à la clientèle très haut débit sur le réseau de la nouvelle entité. A défaut, la préemption de clientèle par la nouvelle entité aurait précisément pour effet de dissuader l'investissement dans le FttH sur le long terme.
801. En définitive, il importe que l'offre d'accès soit proposée à un tarif permettant aux opérateurs de répliquer les offres de détail de la nouvelle entité. Cet objectif justifie l'engagement, par la partie notifiante, de facturer l'accès au câble à un tarif n'entraînant aucun effet de ciseau tarifaire. Contrairement à ce que suggère ce répondant au test des engagements, l'orientation du tarif de gros vers les coûts d'investissement dans le FttH ne peut donc constituer un remède approprié.
802. Les répondants au test de marché ont en outre mis en exergue le risque que la nouvelle entité contourne ses engagements en commercialisant des offres groupant ou couplant des services de télécommunications fixes et mobiles et en subventionnant la composante mobile par les revenus tirés de la partie fixe. De cette manière, tout en respectant formellement l'obligation d'absence de ciseau tarifaire sur les prestations de télécommunications fixes, les répondants considèrent que Numericable pourrait adopter une stratégie d'exclusion et de préemption de clientèle par le biais d'offres quadruple play en faisant porter une remise de couplage sur la partie mobile. Selon les répondants, la nouvelle entité pourrait en effet transférer sur la composante de télécommunications mobiles de ses offres quadruple play son avantage de coût en matière de fourniture d'accès internet très haut débit. En procédant de la sorte, il est suggéré que Numericable serait en mesure de proposer une offre de gros à un prix supérieur à ses coûts tout en commercialisant des offres non-répliquables sur le marché de détail, financées grâce à son avantage de coût en matière de télécommunications fixes très haut débit, sans pour autant violer la lettre des engagements.
803. Il n'est néanmoins pas nécessaire de contraindre la nouvelle entité à orienter ses offres de gros vers les coûts pour remédier à ce risque. Les obligations d'objectivité, de transparence et de non-discrimination auxquelles la partie notifiante souscrit, en ce qu'elles impliquent notamment une obligation de ne pas entraîner d'effet de ciseau tarifaire, constituent un remède suffisant dès lors que l'Autorité dispose des moyens d'en contrôler le caractère effectif. Il convient donc, comme le prévoit la version définitive des engagements, d'obliger la nouvelle entité à identifier les postes de coûts pertinents pour réaliser le test de ciseau tarifaire, en retraçant les coûts du nouvel ensemble pour la constitution d'offres très haut débit

sur le réseau câblé ainsi que l'ensemble des composantes d'éventuelles offres groupées ou couplées multiservices. Ces postes de coût seront définis en accord avec le mandataire et la partie notifiante fournira à l'Autorité et au mandataire toutes les données nécessaires à la vérification de cet engagement.

◆ Sur les conditions non-tarifaires

804. Les répondants au test de marché relatif aux engagements ont fait valoir que le nouvel ensemble pourrait faire échec à l'effectivité des engagements en n'assurant pas une qualité de service adéquate (interventions sur incidents, résolutions de pannes, etc.) et en se réservant les évolutions techniques et fonctionnelles des réseaux câblés (montée en débit, nouvelles normes DOCSIS, etc.).
805. Pour assurer l'effectivité de l'engagement d'accès, la partie notifiante s'est donc engagée à traiter de manière non-discriminatoire les abonnés des opérateurs clients par rapport à ses propres abonnés, notamment en ce qui concerne le dimensionnement des ressources techniques sur le réseau, la supervision et la maintenance du réseau, les conditions d'intervention des techniciens en cas d'incident ainsi que les débits fournis et l'accès à des classes de débits supérieurs. Des indicateurs pertinents seront définis pour permettre au mandataire et à l'Autorité de contrôler les différents paramètres de la qualité de service assurée aux opérateurs clients, ces indicateurs étant également mesurés sur la base de clientèle de Numericable pour vérifier l'absence de discrimination. De tels indicateurs sont de nature à permettre à l'Autorité de vérifier que la nouvelle entité ne détourne pas les engagements de leur objectif en dégradant la qualité des services offerts aux opérateurs clients des offres d'accès.
806. Enfin, pour éviter tout risque de détournement de l'engagement, la partie notifiante s'est engagée à ne pas utiliser les fichiers et données relatifs à la clientèle des opérateurs clients de l'offres d'accès pour faire des opérations de marketing ciblées. De manière à rendre effectif cet engagement, les équipes en charge de la commercialisation des accès de gros seront distinctes des équipes en charge de la commercialisation des offres de détail de la nouvelle entité. Ces dernières n'auront pas accès aux informations concernant les abonnés des opérateurs concurrents grâce à la mise en place d'un système d'information adéquat.

v. Sur les conditions de migration des clients

807. Les engagements d'accès au réseau câblé ont vocation à permettre aux différents opérateurs de répliquer les offres de détail très haut débit de la nouvelle entité rapidement pour éviter le risque de préemption de la clientèle. Ces engagements d'accès sont en outre temporaires et prévus pour 5 ans renouvelables si nécessaire au vu de la situation concurrentielle à date. Ils ne visent donc qu'à proposer une solution transitoire aux opérateurs, le temps pour eux de réaliser les investissements nécessaires dans les infrastructures FttH qui leur permettront de concurrencer la nouvelle entité sur la base de leurs propres infrastructures. S'agissant des MVNO qui n'ont pas vocation à déployer leur propre infrastructure, le développement des réseaux FttH par les autres opérateurs devrait permettre l'émergence d'offres de gros concurrentes à celles de Numericable, ce qui leur permettra à terme d'arbitrer entre plusieurs opérateurs sur le marché de gros des offres activées.
808. Le caractère transitoire des engagements d'accès est fondamental car cette disposition assure le maintien d'une incitation suffisante pour les opérateurs de réseaux à réaliser leurs investissements dans les réseaux FttH. Elle suppose toutefois que la partie notifiante ne s'oppose pas à la migration d'abonnés de ses concurrents qui utilisent son réseau par le biais d'offres de gros, vers les réseaux de tiers, qu'il s'agisse des réseaux que détiennent ou

mutualisent ses concurrents, ou auxquels ils accèdent par le biais d'offres de gros concurrentes à celles de Numericable. En outre, la migration non-entravée des abonnés vers d'autres réseaux est nécessaire pour justifier l'extinction, à terme, des engagements d'accès au câble.

809. Afin de garantir l'effectivité du caractère temporaire des engagements d'accès, la partie notificante s'est donc engagée à n'utiliser aucune clause contractuelle ni adopter un comportement de nature à prévenir ou faire obstacle à la migration des abonnés des opérateurs clients depuis les réseaux de la nouvelle entité vers d'autres réseaux. La partie notificante devra le cas échéant renoncer à toute clause contractuelle contraire à ce principe qui pourrait être contenue dans des accords antérieurs à ces engagements. Cette dernière disposition se justifie dans la mesure où la migration d'abonnés ne s'effectue pas nécessairement de manière individuelle, mais peut prendre la forme d'une migration par plaques, un opérateur étant susceptible de migrer un ensemble d'abonnés qui, le cas échéant, ne sont pas nécessairement tous rattachables à la même offre de gros. Dans ce type de situation, il importe que la nouvelle entité n'impose pas aux opérateurs tiers de migrer individuellement chaque abonné, comportement qui ferait obstacle à leur migration effective. Il est par conséquent nécessaire que la nouvelle entité ne prenne pas le prétexte d'accords antérieurs aux engagements pour faire obstacle aux migrations d'abonnés dans des conditions normales.

vi. Sur l'offre de référence

810. Les engagements relatifs à l'accès au réseau câblé supposent la conclusion de contrats complexes. Conformément à la pratique de l'Autorité, le contrôle de la mise en œuvre des mesures souscrites passera par la soumission à l'agrément de l'Autorité d'offres de référence dont l'objet sera de définir les paramètres principaux des produits et services de gros que la partie notificante s'engage à proposer et leur conformité à ses engagements⁵⁰⁸.

811. La partie notificante s'est donc engagée à publier une offre de référence sous 3 mois, qui sera soumise à l'agrément de l'Autorité.

812. L'offre de référence devra comprendre en particulier les éléments suivants :

- les conditions tarifaires transparentes, objectives et non-discriminatoires, ainsi que les modalités de contrôle de l'absence de ciseau tarifaire ;
- les conditions techniques et de qualité de service qui ne devront être pas moins favorables que celles que Numericable s'applique à lui-même. L'offre de référence définira précisément les indicateurs permettant de contrôler cet engagement ;
- les modalités contractuelles de souscription de l'offre, et entre autres, le délai de réponse de la nouvelle entité aux demandes qui lui seront adressées, la durée des contrats et les conditions de résiliation qui garantiront aux opérateurs la possibilité de faire des offres commerciales viables et ménageront des conditions de fin de contrat acceptables.

vii. Sur l'articulation entre les engagements d'accès au réseau câblé et le contrat bitstream conclu entre Bouygues Telecom et Numericable

813. Bouygues Telecom dispose d'un contrat d'accès activé au réseau de Numericable dont les conditions ont été déterminées préalablement à l'opération. Dans la mesure où un risque de

⁵⁰⁸ Voir, par exemple, les décisions n° 12-DCC-100, précitée, injonctions n° 3(c), 3(d) et 6(c), et n° 13-DAG-01 du 7 juin 2013 relative à l'exécution de l'injonction n° 3(c) prononcée dans la décision n° 12-DCC-100 autorisant la prise de contrôle exclusif de TPS et CanalSatellite par Vivendi Universal et Groupe Canal Plus.

dégradation de la qualité de service assurée par Numericable à Bouygues Telecom découle de l'opération, la partie notifiante s'est engagée à maintenir le dispositif en place permettant de contrôler l'absence de discrimination entre les abonnés de Bouygues Telecom et ses propres abonnés.

814. De manière générale, la partie notifiante s'est engagée à faire bénéficier Bouygues Telecom au titre de ce contrat, des mêmes conditions et garanties en termes de qualité de service que celles prévues par l'engagement d'accès. Cette mesure répond au problème de concurrence identifié et rappelé ci-dessus.
815. Bouygues Telecom considère cependant qu'il conviendrait de lui appliquer, dans le cadre de son contrat en cours, l'ensemble des dispositions prévues par l'engagement d'accès qui seraient plus favorables que celui-ci. Une telle disposition n'est toutefois pas justifiée dans la mesure où Bouygues Telecom est libre de recourir à l'offre d'accès définie par les engagements si celle-ci est jugée plus avantageuse. Par ailleurs, les parties cocontractantes peuvent librement renégocier les termes de leur contrat sans que cela justifie l'intervention de l'Autorité.

b) Engagement relatif aux informations IPE

816. Les opérateurs déployant des réseaux FttH sont soumis aux obligations « J3M » qui consistent, pour un opérateur d'immeuble qui vient de poser un point de mutualisation, à prévenir les autres opérateurs pour leur permettre de se raccorder techniquement au point de mutualisation dont les coordonnées sont communiquées via les informations dites « IPE », et s'abstenir d'activer tout accès FttH pendant 3 mois pour laisser le temps aux opérateurs concurrents de se connecter. La nouvelle entité, en tant qu'opérateur FttH, est destinataire des informations IPE mais n'est pas soumise aux contraintes J3M pour la commercialisation des offres sur le câble. Il est donc indispensable pour éviter tout risque de préemption de la clientèle très haut débit que la nouvelle entité ne puisse utiliser les informations IPE pour démarcher de manière sélective les clients avant que les opérateurs FttH n'aient la possibilité légale de le faire.
817. Pour cela, la partie notifiante s'est engagée à ne pas utiliser les informations IPE à des fins de prospection commerciale pour les offres câblées et à respecter les obligations relatives au « fichier J3M », ce qui signifie concrètement qu'elle devra s'abstenir, comme les opérateurs FttH, de commercialiser ses offres (y compris ses offres sur câble) de manière ciblée dans les immeubles où un opérateur vient de poser un point de mutualisation avant l'expiration d'une période de 3 mois. Les mesures de séparation des activités des équipes récipiendaires des informations IPE et des équipes en charge de la commercialisation des offres sur le réseau câblé, ainsi que les mesures de formation et de sensibilisation du personnel sur ces sujets sont de nature à rendre cet engagement effectif et contrôlable.

c) Engagements relatifs aux accords conclus par SFR en matière de déploiement FttH

818. Comme cela a été expliqué dans l'analyse concurrentielle, l'opération s'inscrit dans le contexte global du déploiement des infrastructures FttH par les opérateurs de télécommunications, qui repose sur le principe de la mutualisation des déploiements verticaux et s'inscrit dans les objectifs du Plan France Très Haut Débit. La partie notifiante s'est récemment déclarée partie prenante à ces objectifs, rappelant à l'occasion des présents engagements les termes de sa lettre au ministre de l'économie en date du 8 avril 2014, par laquelle elle a assuré les pouvoirs publics que « *grâce aux investissements cumulés de Numericable pour construire à ce jour plus de 5 millions de prises en fibre optique et grâce*

au savoir-faire de nos équipes, le nouveau groupe atteindra l'objectif de Plan France Très Haut Débit de 12 millions de foyers équipés dès la fin de l'année 2017 et 15 millions pour 2020 ». Les engagements souscrits s'inscrivent dans les objectifs ainsi indiqués.

819. Dans ce contexte et préalablement à l'opération, SFR a conclu avec Bouygues Telecom un contrat de co-investissement dans un réseau horizontal en zone très dense. SFR a également conclu un accord avec Orange organisant leurs déploiements respectifs en zone moins dense, ainsi que les modalités de participation au co-financement des infrastructures mutualisées.
820. L'opération remet en cause l'incitation de SFR à respecter ces deux contrats en zone câblée, la nouvelle entité n'ayant pas intérêt à construire une infrastructure très haut débit concurrente de son réseau câblé. Dans la mesure où la nouvelle entité aura, ce faisant, la possibilité d'empêcher ses concurrents de déployer leurs propres infrastructures FttH sur cette zone, un remède visant à éviter le gel des déploiements est justifié.
821. De manière générale, Orange et Bouygues Telecom ont présenté des observations dans le cadre de l'instruction en faveur de l'adoption de mesures correctives qui tendent à l'exécution forcée de ces contrats, à des conditions de délai et de volume qui excèdent les stipulations. L'adoption de telles mesures aurait ainsi contraint la nouvelle entité à réaliser les déploiements envisagés dans les accords conclus par SFR avec Orange et Bouygues Telecom alors même que ces accords ne contraignaient SFR ni à de telles obligations de volume, ni aux délais suggérés par ces opérateurs. De surcroît, le contrôle de l'exécution de telles mesures aurait contraint l'Autorité à réguler une partie du déploiement de la fibre optique, en se substituant dans une large mesure aux cocontractants et sans lien avec les entités publiques en charge de l'organisation et de la coordination des déploiements FttH. En toute hypothèse, ces mesures n'étant pas nécessaires pour remédier aux atteintes à la concurrence identifiées dans la présente décision, il n'y a pas été donné suite. Les engagements souscrits par la partie notificante ne portent par conséquent que sur les stipulations contractuelles susceptibles d'être exploitées pour geler les déploiements FttH de ses concurrents.
822. Les engagements souscrits dans le cadre du contrat avec Bouygues Telecom seront présentés (i) avant ceux relatifs à l'accord entre SFR et Orange (ii).

i. Engagement relatif à l'accord de co-investissement conclu avec Bouygues Telecom

823. SFR et Bouygues Telecom ont conclu le 9 novembre 2010 un accord de co-investissement pour une durée initiale de 20 ans portant sur un réseau horizontal en fibre optique en zone très dense. Ce contrat couvre d'une part le déploiement horizontal et d'autre part, le raccordement des points de mutualisation, c'est-à-dire le raccordement aux réseaux verticaux (ou « adduction »). Selon les termes du contrat, l'ensemble des prestations doit être réalisé par SFR pour le compte des deux opérateurs. Ce contrat porte sur [confidentiel]. Compte tenu des stipulations contractuelles qui sont en l'état peu contraignantes et de l'absence de dispositions concernant l'arbitrage en cas de conflit, la nouvelle entité pourrait geler la réalisation des adductions restantes, ce qui priverait Bouygues Telecom du bénéfice de l'infrastructure très haut débit dans laquelle il a co-investi et renforcerait le risque de préemption de la clientèle très haut débit par la nouvelle entité.
824. Pour y remédier, la partie notificante s'est engagée à réaliser sous deux ans les adductions prévues au contrat pour l'ensemble des points de mutualisation livrés à la date de la présente décision. Elle s'est en outre engagée à réaliser sous 3 mois, sauf difficultés d'exécution dûment justifiées, les adductions qui seront commandées par Bouygues Telecom pour les immeubles pour lesquels le point de mutualisation sera livré après la date de la décision. L'ensemble des adductions sera réalisé dans le respect des conditions tarifaires prévues au contrat.

825. Cet engagement est de nature à résoudre le problème identifié puisqu'il permet à Bouygues Telecom de définir le plan des adductions en fonction de ses propres besoins. Plus précisément, pour les immeubles dans lesquels le réseau vertical est déjà déployé et le point de mutualisation installé à la date de la décision, le stock des adductions sera apuré au maximum sous deux ans, ce qui correspond à la durée que l'opérateur a lui-même estimé raisonnable dans sa réponse aux tests de marché relatifs aux engagements. Par ailleurs, pour les immeubles dans lesquels les réseaux verticaux seront déployés après la date de la présente décision, Bouygues Telecom bénéficiera des raccordements au point de mutualisation dans les 3 mois de leur commande auprès de la nouvelle entité. Ce délai est cohérent avec la réglementation de la fibre optique, qui autorise la commercialisation d'offres, après un délai de trois mois suivant l'installation d'un point de mutualisation. L'engagement permettra donc à Bouygues Telecom de commercialiser des offres FttH dans les immeubles relevant de l'accord conclu avec SFR dans des conditions équitables par rapport aux autres opérateurs FttH.
826. Par ailleurs, la partie notifiante s'est engagée à assurer la maintenance de l'infrastructure FttH relevant de ce contrat de manière transparente et non-discriminatoire. Bouygues Telecom considère pour sa part que la maintenance du réseau devrait lui être confiée dans la mesure où la nouvelle entité n'en aurait plus l'usage et ne serait donc pas incitée à réaliser correctement son entretien et les opérations de dépannage. A l'appui de sa demande, Bouygues Telecom se prévaut de droits de co-propriété ou de quasi-propriété (c'est-à-dire de droits de jouissance que lui confère dans certaine zone la détention d'IRU) sur une partie des fibres déployées.
827. Comme indiqué précédemment, le postulat selon lequel la nouvelle entité n'aurait plus l'usage de ce réseau est cependant erroné. SFR utilise d'ores et déjà ce réseau FttH pour relier [...] abonnés résidentiels, [...] sites de clients entreprises et pour raccorder [...] sites radio de son réseau mobile. Le réseau cofinancé est donc un actif utilisé et stratégique pour SFR comme pour la nouvelle entité et qui n'a pas vocation à ne plus être utilisé. En outre, il n'apparaît pas concrètement possible de confier à chaque opérateur la maintenance des fibres dont il est propriétaire ou quasi-propiétaire, dans la mesure où les fibres ne sont pas accessibles, car elles sont enfermées dans des câbles. Il est au demeurant impossible, à supposer que l'on ouvre les câbles, d'identifier les fibres qui appartiennent à Bouygues Telecom et celles qui appartiennent à SFR. Compte tenu de ces différents éléments, il n'apparaît pas proportionné de confier la maintenance à Bouygues Telecom et de modifier sur ce point le contrat initial conclu entre les deux opérateurs.
828. Pour garantir qu'elle maintiendra le réseau dans des conditions non-discriminatoires, la partie notifiante s'est donc engagée à définir sous le contrôle du mandataire des indicateurs permettant de vérifier l'absence de discrimination dans la maintenance du réseau et à fournir toutes les informations nécessaires à ce titre. Cet engagement sera donc contrôlable par l'Autorité.

ii. Engagement relatif à l'accord conclu avec Orange

829. Comme relevé dans les développements consacrés à l'analyse concurrentielle, la nouvelle entité pourrait être en mesure de geler les déploiements FttH dans la zone AMII moins dense confiée à SFR dans le cadre de l'accord de co-financement conclu avec Orange le 14 novembre 2011. Le contrat alloue en effet à chaque partie ses zones de déploiements et interdit respectivement à chaque co-contractant de déployer des infrastructures FttH dans les zones confiées à l'autre partie. Ceci entraîne un risque de gel des déploiements dans la mesure où une partie de la zone confiée à SFR recouvre l'empreinte du câble. Dans cette zone de recouvrement, il est donc probable que le nouvel ensemble sera peu incité à déployer un réseau FttH. En outre, compte tenu de l'exclusivité dont bénéficie SFR sur sa zone, de

l'imprécision des conditions de mise en œuvre de la clause de substitution prévue au contrat et des délais que celle-ci implique, la non réalisation des déploiements par la nouvelle entité ne pourrait être compensée par les investissements d'Orange.

830. Pour remédier à ce risque, la nouvelle entité s'est engagée à négocier de bonne foi avec Orange un échange de communes de la zone câble sur lesquelles SFR bénéficie d'une exclusivité de déploiement contre un nombre identique de prises, pour un coût de déploiement comparable, situées dans la zone d'exclusivité d'Orange. A l'issue d'un délai de [confidentiel], si aucun accord d'échange n'a été conclu concernant les communes de la zone câblée, alors la partie notifiante permettra à Orange de réaliser les déploiements sur la zone câble, nonobstant toute clause contraire du contrat. En cas de nécessité pour finaliser les négociations entre les parties, l'Autorité pourra décider de renouveler une fois la première période de [confidentiel].
831. Orange, qui suggère à l'Autorité d'imposer au nouvel ensemble de réaliser les déploiements dans un calendrier contraint, considère qu'un engagement de négocier de bonne foi est déséquilibré et ferait porter la charge de l'engagement sur un tiers à la procédure—Orange—, en déchargeant de surcroît la nouvelle entité de ses obligations contractuelles vis-à-vis d'Orange.
832. Les mesures initialement proposées par la partie notifiante ne comportaient qu'un engagement de négocier de bonne foi, c'est-à-dire une simple obligation de moyen. Cet engagement ne permettait donc pas de remédier au risque de gel des déploiements dans les zones de recouvrement entre l'empreinte du câble et la zone de déploiement FttH allouée à SFR aux termes de l'accord. La partie notifiante s'est donc engagée à lever l'interdiction pesant sur Orange de déployer son réseau FttH dans les zones concernées, ce qui constitue une obligation de résultat.
833. Cet engagement interviendra à l'issue d'une période de négociation entre les parties. Contrairement aux observations d'Orange, cette période de négociation n'impose aucune obligation à l'opérateur ni ne décharge la nouvelle entité des obligations contractuelles de SFR. Elle ouvre toutefois la possibilité d'un rééquilibrage du partage de la charge de l'investissement entre les parties qui devraient y trouver un intérêt commun à la suite de l'opération.
834. Orange a d'ailleurs indiqué, en réponse au test de marché, souhaiter accélérer ses déploiements en zone câble pour contrer le risque de préemption de la clientèle par la nouvelle entité. Le présent engagement permet donc de lever un verrou contractuel au déploiement par Orange en zone câble, soit sur la base d'une renégociation selon l'intérêt partagé des co-contractants, soit par la suppression de la clause d'exclusivité si les négociations n'aboutissent pas.

2. ENGAGEMENT RELATIF AU MARCHÉ DE LA COLLECTE (MISE À DISPOSITION DE FON)

835. Compte tenu du renforcement vertical de la nouvelle entité, l'opération entraîne un risque d'exclusion ou de restriction de l'offre de fibre optique noire sur le réseau longue distance de la nouvelle entité.
836. La partie notifiante s'est donc engagée à continuer à offrir de la fibre optique noire dans des conditions au moins aussi avantageuses que celles concédées par SFR préalablement à l'opération, en termes de structure, de durée et de niveau tarifaire. Cette offre est limitée aux fibres noires excédentaires de la nouvelle entité pour toute nouvelle demande mais cette restriction ne sera pas opposable aux opérateurs demandeurs en cas de renouvellement des

IRU. Ces conditions permettent de dissiper les risques d'exclusion des opérateurs de télécommunications qui dépendent fortement de la nouvelle entité à ce jour. Cet engagement répond donc au problème de concurrence identifié et reprend en outre, pour l'essentiel, la formulation retenue par le ministre pour remédier à des préoccupations équivalentes dans les décisions *Neuf Telecom/Cegetel* et *SFR/Neuf*⁵⁰⁹.

837. Les nouveaux contrats conclus seront comparés aux contrats FON de référence conclus par SFR avant l'opération. Par ailleurs, en cas de refus, la partie notifiante s'est engagée à fournir au mandataire tous les éléments justificatifs. Ces différentes mesures sont de nature à assurer le caractère contrôlable de cet engagement.

3. ENGAGEMENT EN MATIÈRE DE DISTRIBUTION D'ACCÈS À INTERNET

838. L'opération risque de donner à la nouvelle entité les moyens de distribuer ses offres très haut débit sur câble via le réseau de distribution de La Poste en métropole avec lequel SFR a déjà noué des relations contractuelles exclusives pour la distribution de ses offres 2P et 3P. L'extension de ce partenariat aboutirait à un renforcement considérable du réseau de distribution du nouvel ensemble, en lui conférant une position dominante sur le marché que les concurrents ne seront pas en mesure de reproduire.
839. Pour remédier à ce problème de concurrence, la nouvelle entité s'engage à ne pas étendre ses accords existants avec La Poste aux offres câblées. Cette mesure remédie donc efficacement aux risques qu'entraîne l'opération sur le marché de la distribution d'accès internet en métropole.

4. LES ENGAGEMENTS RELATIFS AUX MARCHÉS DES SERVICES DE TÉLÉCOMMUNICATIONS FIXES SPÉCIFIQUES ENTREPRISES, HORS TÉLÉPHONIE FIXE

840. L'opération, en renforçant la position de la nouvelle entité sur les marchés de gros et de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises ainsi que l'intégration verticale de la nouvelle entité, portera atteinte à la concurrence sur le marché de gros et sur le marché de détail et réduira l'intensité concurrentielle sur ce marché. Les engagements souscrits par la partie notifiante sur les marchés des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises visent à préserver la dynamique concurrentielle actuelle sur les marchés de gros et à maintenir une concurrence effective sur le marché de détail.
841. Les engagements proposés concernent les deux types d'accès vendus sur le marché des télécommunications fixes spécifiques entreprises : pour les accès cuivre avec GTR, la partie notifiante s'engage à céder le réseau DSL de Completel (**a**), pour les accès BLOD, la nouvelle entité s'engage à proposer une offre de gros activée sur l'empreinte des réseaux de SFR et Completel (**b**).

a) Engagement de cession du réseau DSL de Completel

842. La partie notifiante propose de céder les éléments constitutifs du réseau de dégroupage DSL de Completel (ou, lorsque la cession est juridiquement impossible, à concéder des droits sur

⁵⁰⁹ C2005-44 et C2007-181 précitées.

ces éléments). Le périmètre de cession correspond aux 745 NRA Orange couverts par Completel, dont il sera retranché les NRA saturés (10 au maximum).

843. Les éléments constitutifs du réseau de dégroupage DSL de Completel comprennent :
- les prestations souscrites nécessaires au dégroupage (emplacement baie, énergie, câbles de renvoi, liens inter bâtiments, badges, etc.) auprès d'Orange dans les sites NRA dégroupés par Numericable Group avec un hébergement intérieur (« indoor ») ;
 - les équipements DSLAM (châssis, cartes) et, le cas échéant, équipements switch ou transmission selon ingénierie déployée sur le NRA ;
 - le système d'information ;
 - la boucle locale en fibre optique d'accès aux NRA dégroupés jusqu'au site de collecte Numericable Group.
844. Dans la dernière version des engagements, la partie notifiante s'est engagée à proposer, manière optionnelle, des services de FON longue distance ou transport longue distance qui permettront à l'acquéreur de raccorder à son réseau les sites de collecte de la partie notifiante. L'absence de solutions de raccordement longue distance, permettant de raccorder les villes entre elles, constituait en effet un obstacle majeur à la reprise du réseau DSL de Completel par un opérateur ne disposant pas d'infrastructures de collecte significatives.
845. La cession du réseau DSL de Completel permettra ainsi l'apparition d'un nouvel opérateur sur le marché des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises, capable de proposer immédiatement les services de gros et de détail actuellement offerts par Completel sur son réseau DSL. Compte tenu de l'importance de cet investissement, l'acquéreur sera en outre incité à mettre en place une stratégie de conquête de clientèle et à adopter un positionnement agressif sur le marché de gros comme sur le marché de détail, pour rentabiliser son investissement.
846. Par ailleurs, la partie notifiante s'engage à ne pas utiliser de clauses contractuelles ni adopter tout comportement de nature à prévenir ou faire obstacle à la migration des abonnés des opérateurs de télécommunications depuis les réseaux de la nouvelle entité via des offres de gros sur d'autres réseaux. Cet engagement permettra ainsi d'éviter que la nouvelle entité fasse obstacle au développement de la clientèle de gros du futur acquéreur du réseau DSL de Completel.
847. L'engagement de cession du réseau DSL de Completel garantira donc une concurrence effective sur les marchés de gros et de détail des services de télécommunications fixes spécifiques entreprises.
848. Certains tiers commentant les versions initiales de cet engagement ont néanmoins fait valoir que la partie notifiante risquait de ne pas trouver de repreneur intéressé par le réseau DSL de Completel. Ces tiers invoquaient la difficulté pour un opérateur du marché des télécommunications fixes spécifique aux entreprises de rentabiliser une telle infrastructure pour les seuls besoins de ce marché et le probable désintérêt pour ce réseau des opérateurs généralistes (présents sur le marché résidentiel et le marché entreprises) qui disposent déjà d'infrastructures.
849. Toutefois, à l'occasion du deuxième test de marché sollicitant notamment les manifestations d'intérêt pour les actifs cédés, un candidat, présent sur le marché entreprises, s'est déjà montré intéressé.
850. En tout état de cause, la partie notifiante a pris l'engagement, dans la version définitive des engagements, de mettre à disposition les services de collecte DSL de Completel et SFR à

destination des entreprises sur l'intégralité des NRA couverts par SFR⁵¹⁰ et Completel, tant que le réseau DSL de Completel ne sera pas cédé. Cet engagement entrera en vigueur à la date de la présente décision et permettra de maintenir une concurrence effective sur le marché de gros dans l'attente de la cession du réseau DSL de Completel.

851. L'offre de gros activée sur le réseau DSL de SFR et Completel sera proposée dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires et pas moins favorables en termes de structure, de durée et de niveau tarifaire aux transactions conclues par Completel et SFR antérieurement à la date de la présente décision. Ces dispositions sont de nature à garantir (i) que les opérateurs de détail disposeront d'une offre leur permettant d'être compétitifs sur le marché de détail et (ii) un niveau de concurrence sur le marché de gros équivalent à celui préexistant à l'opération. L'engagement de non-discrimination permettra en particulier de garantir que les tiers disposeront de conditions identiques à celles appliquées par la nouvelle entité pour ses besoins internes.
852. Enfin, la partie notifiante a pris une série de mesures de nature à garantir la mise en œuvre effective des engagements. La partie notifiante s'engage ainsi à :
- transmettre à l'Autorité pour agrément préalable, une proposition d'offre décrivant les conditions tarifaires et techniques de cet engagement d'accès, ainsi que ses modalités contractuelles. Cette offre sera publiée sous 3 mois, sous réserve de l'agrément de l'Autorité ;
 - transmettre au mandataire chargé de veiller à la mise en œuvre des engagements toute évolution de cette offre de référence ainsi que tous contrats portant sur cette offre, et leur évolution, conclus avec un opérateur ;
 - identifier, dans un délai de 3 mois suivant la date de la présente décision, les éléments pertinents permettant de vérifier le caractère objectif, transparent et non discriminatoire de son offre de gros ; la partie notifiante permettra au mandataire de vérifier que ces éléments sont pertinents pour la réalisation de cette vérification et clairement identifiables. Ils seront communiqués au mandataire et à l'Autorité dans le cadre du suivi de l'exécution des engagements.

b) Engagement d'offre de gros activée sur les réseaux BLOD de Completel et SFR

853. La partie notifiante propose de maintenir à son catalogue de services auprès des opérateurs B2B, une offre de gros activée sur l'empreinte actuelle des BLOD de SFR et de Completel. La partie notifiante s'engage à proposer cette offre dans des conditions objectives, transparentes et non discriminatoires et pas moins favorables en termes de contenu et de niveau tarifaire aux transactions conclues par SFR ou Completel selon les cas antérieurement à la date de la présente décision.
854. Cette solution a été unanimement approuvée par les tiers ayant répondu au test de marché. Elle permet en effet de garantir (i) que les opérateurs de détail auront une offre de gros leur permettant d'être compétitifs sur le marché de détail et (ii) un niveau de concurrence sur le marché de gros équivalent à celui préexistant à l'opération. L'engagement de non-discrimination permettra en particulier de garantir que les tiers disposeront de conditions identiques à celles appliquées par la nouvelle entité pour ses besoins internes, qui permettront

⁵¹⁰ A l'exception des NRA dégroupés par les délégations de service public. Toutefois pour les NRA dégroupés par SFR Collectivités, cette dernière a l'obligation, notamment dans le cadre des délégations de service public, de proposer ses services sur une base transparente et non discriminatoire vis-à-vis des opérateurs clients. L'ensemble des opérateurs à donc accès aux prestations proposées par SFR Collectivités dans des conditions techniques et tarifaires identiques.

aux opérateurs alternatifs de concurrencer plus efficacement Orange et la nouvelle entité sur le marché de détail.

855. Un tiers a néanmoins considéré qu'un engagement de la nouvelle entité de commercialiser une offre d'accès passive sur son infrastructure serait plus approprié et permettrait une plus grande capacité de différenciation des opérateurs de détail. Une telle offre ne pourrait toutefois s'adresser qu'aux opérateurs disposant d'infrastructures de réseau permettant de se raccorder aux BLOD de la nouvelle entité. Elle impliquerait également pour l'opérateur client l'installation et l'exploitation, dans les locaux de la nouvelle entité, des équipements nécessaires à l'activation de la fibre. Un tel engagement exclurait donc *de facto* la grande majorité des opérateurs de détail, qui ne disposent pas d'infrastructures et n'ont pas la capacité d'exploiter des accès fibres passifs.
856. Par ailleurs, la partie notificante s'est engagée à faire évoluer cette offre de gros afin d'intégrer de façon non-discriminatoire les évolutions technologiques qu'elle introduirait pour ses propres besoins pour garantir la compétitivité à long terme de ses concurrents sur le marché de détail.
857. Enfin, comme pour son offre de gros DSL, la partie notificante a pris une série de mesures de nature à garantir la mise en œuvre effective des engagements. La partie notificante s'engage ainsi à :
- transmettre au mandataire chargé de veiller à la mise en œuvre des engagements les conditions particulières de cette offre, ses spécifications techniques d'accès au service et ses modalités contractuelles ;
 - transmettre au mandataire toute évolution de cette offre ainsi que tous contrats portant sur cette offre, et leur évolution, conclus avec un opérateur ;
 - identifier, dans un délai de 3 mois suivant la date de la présente décision, les éléments pertinents permettant de vérifier le caractère objectif, transparent et non discriminatoire de son offre de gros ; la partie notificante permettra au mandataire de vérifier que ces éléments sont pertinents pour la réalisation de cette vérification et clairement identifiables. Ils seront communiqués au mandataire et à l'Autorité dans le cadre du suivi de l'exécution des engagements.
858. En conséquence, les engagements proposés par la partie notificante sur les marchés des télécommunications fixes spécifiques entreprises sont suffisants pour remédier aux effets horizontaux et verticaux de l'opération sur ces marchés.

5. ENGAGEMENTS RELATIFS AUX MARCHÉS DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE DANS L'OCÉAN INDIEN

859. Avec le rapprochement des activités de SRR et d'Outremer Telecom, l'opération entraîne des effets horizontaux sur le marché de détail de la téléphonie mobile et sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile, à La Réunion et à Mayotte. Elle entraîne également des effets horizontaux sur le marché de la distribution d'accès internet et des effets congloméraux sur les marchés de détail de la téléphonie mobile et de l'accès à internet.
860. Pour remédier à ces problèmes de concurrence, la partie notificante s'est engagée à céder les activités de télécommunication mobile d'Outremer Telecom à la Réunion et à Mayotte. Ces activités comprennent les activités d'Outremer Telecom sur le marché de détail de la téléphonie mobile et l'intégralité des boutiques de cet opérateur.

861. La cession d'Outremer Telecom permet d'éliminer les chevauchements horizontaux résultant de l'opération sur les marchés de détail et de la distribution de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte.
862. La partie notifiante s'engage en outre à ce que l'acquéreur des activités mobile d'Outremer Telecom possède les ressources financières et les compétences pour pouvoir préserver et développer de manière viable la capacité des activités cédées à concurrencer activement la partie notifiante et les autres concurrents. La partie notifiante s'est engagée à cet égard à ouvrir la procédure de cession à tout candidat intéressé, certains tiers ayant émis la crainte d'être écartés du processus de cession.
863. La cession des activités mobile d'Outremer Telecom pose néanmoins la question de leur viabilité après leur dissociation des activités internet d'Outremer Telecom et des autres activités mobile d'Outremer Telecom dans les Antilles. La cession soulève également des difficultés dans la mesure où des éléments d'infrastructures et des ressources sont mutualisées entre les activités de télécommunications mobiles et fixes d'Outremer Telecom.
864. Pour prévenir tout risque à cet égard, la partie notifiante s'est engagée à prendre des mesures spécifiques. Ainsi, les actifs mutualisés conservés par Outremer Telecom feront l'objet de contrats de service dont la mise en œuvre débutera à la date de cession des activités mobile d'Outremer Telecom. Si l'acquéreur souhaite internaliser certaines de ces prestations ou les sous-traiter à un autre fournisseur qu'Outremer Telecom, Altice lui fournira l'ensemble des éléments lui permettant de mettre en place ses propres opérations et plateformes.
865. Dans ces conditions, les activités mobiles d'Outremer Telecom resteront viables et compétitives. Interrogé sur ce point en séance, le groupe [...] a d'ailleurs indiqué que les activités mobile d'Outremer Telecom à La Réunion et Mayotte constituaient une activité viable et attractive même distinctes des activités fixes du cédant⁵¹¹ et qu'elle avait déjà déclaré son intérêt auprès de la partie notifiante pour les acquérir. La société [...] a également indiqué être intéressée par la reprise de ces actifs.
866. Par ailleurs, l'opération génère des effets congloméraux entre le marché de la fourniture d'accès à internet et le marché de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte. L'engagement de cession de l'activité mobile d'Outremer Telecom, en éliminant le renforcement de la nouvelle entité sur le marché de la téléphonie mobile à partir duquel elle aurait pu exercer un effet de levier sur le marché de l'accès à internet, permet d'y remédier.
867. Enfin, la cession du réseau de distribution d'Outremer Telecom élimine quasi-intégralement le chevauchement horizontal sur les marchés de la distribution d'accès internet à La Réunion (23 boutiques Outremer Telecom sur les 24 boutiques d'Altice) et totalement à Mayotte. L'engagement pris par la partie notifiante remédie donc aux effets horizontaux sur ces marchés.
868. En conséquence, les engagements proposés par la partie notifiante sont suffisants pour remédier aux effets horizontaux et congloméraux de l'opération sur les marchés de la téléphonie mobile et de l'accès à internet à La Réunion et à Mayotte.

⁵¹¹ La société [...] a également indiqué que le principe d'une cession des activités mobiles d'Outremer Telecom, avec un calendrier contraignant et l'engagement de recourir à un mandataire si la cession ne se faisait pas rapidement, est un bon principe.

6. ENGAGEMENT CONCERNANT LA PROCÉDURE DE RÈGLEMENT DES DIFFÉRENDS

869. Comme rappelé ci-dessus, l'article L. 36-8 I du code des postes et communications électroniques prévoit qu'« *en cas de refus d'accès ou d'interconnexion, d'échec des négociations commerciales ou de désaccord sur la conclusion ou l'exécution d'une convention d'interconnexion ou d'accès à un réseau de communications électroniques, l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes peut être saisie du différend par l'une ou l'autre des parties* ».
870. La partie notifiante constate que ces dispositions s'appliquent au cas d'espèce dans la mesure où les conditions légales d'une saisine de l'Arcep sont remplies. A l'instar de la pratique décisionnelle et du droit européen, le recours de la partie notifiante et des tiers bénéficiant des engagements à un mécanisme rapide de règlement des litiges constitue une mesure utile d'effectivité des engagements souscrits⁵¹². Compte tenu de l'existence d'une telle procédure en application de la loi, il n'est pas nécessaire de prévoir un mécanisme d'arbitrage *ad hoc* au cas présent.
871. En outre, la saisine de l'Arcep en règlement des différends est à la seule initiative des parties en application de l'article L. 36-8 I du CPCE. Il est par conséquent loisible à la partie notifiante de s'engager volontairement à recourir à la procédure de règlement des différends dans le cadre d'engagements souscrits auprès de l'Autorité de la concurrence, en cas de différend persistant avec les opérateurs clients des différentes offres d'accès prévues dans ses engagements.
872. Il convient enfin de préciser que le recours éventuel à la procédure de règlement des différends n'a vocation qu'à permettre aux opérateurs concernés de confier les différends qui pourraient émerger à l'arbitrage de l'Arcep en application des pouvoirs confiés au régulateur sectoriel et de ses critères d'appréciation propres. Le recours à la procédure de règlement des différends ne sera pas mis en œuvre au préjudice du contrôle de l'exécution des engagements par l'Autorité de la concurrence, et ne se substituera en aucune manière à celui-ci.

7. ENGAGEMENTS RELATIFS AUX LIENS STRUCTURELS ENTRE ALTICE ET VIVENDI

873. A l'issue de l'opération le groupe Vivendi conservera une participation de 20 % dans Numericable Group. Cette participation donnera à Vivendi un accès étendu aux informations stratégiques de la nouvelle entité et sera ainsi susceptible d'entraîner une modification de son comportement concurrentiel sur certains marchés sur lesquels il est actif. Vivendi, par l'intermédiaire de GCP, pourra notamment mettre à profit son avantage informationnel afin de restreindre la concurrence sur les marchés de l'édition et de la commercialisation de chaînes. De même, le potentiel concurrentiel du nouvel ensemble sur les marchés ultramarins de la fourniture d'accès à internet risque d'être contraint par la capacité de Vivendi à anticiper toute offensive commerciale.
874. A l'occasion du test des engagements, plusieurs opérateurs interrogés ont suggéré qu'il conviendrait que Vivendi cède sa participation minoritaire au sein de Numericable Group afin d'éliminer tout risque concurrentiel. Un tel remède n'est toutefois pas envisageable en l'espèce. En effet, l'opération notifiée consiste en la prise de contrôle exclusif de SFR par

⁵¹² Voir, sur ce point, la Communication de la Commission européenne concernant les mesures correctives recevables conformément au règlement n° 139/2004, §66 et les décisions de la Commission européenne n° M.2876 du 2 avril 2003, *Newscorp/Telepiù*, §259 et n° M.3916 du 26 avril 2006, *T-Mobile Austria/Tele.ring*, §140

Altice, la participation minoritaire que maintiendra Vivendi dans le nouvel ensemble ne lui conférant pas une influence déterminante sur celui-ci. Par conséquent, seule la partie notificante est en mesure de proposer des mesures correctives.

875. En l'occurrence, afin de remédier aux effets anticoncurrentiels qu'entraîne le risque d'échange d'informations stratégiques du nouvel ensemble avec l'un de ses plus proches concurrents, la partie notificante s'engage à restreindre les informations qu'elle communiquera à Vivendi. Se faisant la partie notificante neutralise l'avantage dont aurait pu tirer profit Vivendi pour renforcer sa position sur les marchés de la télévision payante et des télécommunications.
876. La partie notificante s'engage tout d'abord à s'abstenir de communiquer à Vivendi toute information commerciale concernant les marchés sur lesquels la nouvelle entité et Vivendi sont en concurrence, ou le deviendront pendant la durée des engagements. Cette obligation de confidentialité s'applique notamment aux informations relatives (i) aux marchés intermédiaires de la télévision payante, (ii) aux marchés aval de la distribution de services de télévision payante et (iii) aux marchés ultramarins des télécommunications. Si, au cours d'un conseil d'administration, une décision nécessite qu'il soit fait état de telles informations, les représentants de Vivendi devront quitter la réunion.
877. La partie notificante s'engage également à ne nommer aucun dirigeant de Numericable Group ayant un lien, de quelque nature que ce soit, avec le groupe Vivendi. Numericable Group s'engage en outre à mettre en œuvre un programme de sensibilisation des personnes concernées, et notamment celles qui seront appelées à gérer les relations avec les actionnaires, relatif au caractère confidentiel des informations définies ci-dessus vis-à-vis de Vivendi.
878. De plus, la partie notificante s'engage à ce qu'aucun représentant de Vivendi ne siège au sein des comités créés par Numericable Group, à l'exception du comité d'audit, la représentation de Vivendi y apparaissant nécessaire pour la protection de ses intérêts patrimoniaux en tant qu'actionnaire minoritaire.
879. La partie notificante s'est enfin engagée à ce que soit nommé, après agrément de l'Autorité, un tiers indépendant chargé de contrôler la mise en œuvre de ces engagements. Le tiers indépendant participera notamment à toutes les réunions du conseil d'administration de la nouvelle entité ainsi qu'aux réunions du comité d'audit au sein duquel Vivendi conservera un représentant. Il sera par ailleurs chargé de filtrer l'ensemble des documents communiqués aux représentants de Vivendi à l'occasion des réunions du conseil d'administration dont il devra également contrôler l'ordre du jour.
880. Il est prévu que la partie notificante, en accord avec Vivendi, modifie les statuts et pacte d'actionnaires de la nouvelle entité afin que ceux-ci reflètent les engagements qu'elle a pris.
881. En ce qu'ils préviennent la communication d'informations stratégiques de la nouvelle entité à Vivendi au titre de sa participation minoritaire, les engagements souscrits éliminent tout risque d'atteinte à la concurrence liés au maintien d'un lien structurel entre Vivendi et Numericable Group.
882. En outre, par lettre du 28 octobre 2014 adressée au président de l'Autorité de la concurrence, Vivendi a approuvé les engagements soumis par la partie notificante et assuré de sa pleine coopération, ce dont l'Autorité prend acte.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 14-059 est autorisée sous réserve des engagements décrits ci-dessus et annexés à la présente décision.

Délibéré sur le rapport oral de Mme Gaëlle Huerre et MM. Charles Bertin et Jean-Baptiste Pinçon et l'intervention de M. Simon Genevaz, rapporteur général adjoint, par M. Bruno Lasserre Président, présidant la séance, Mmes Claire Favre et Elisabeth Flüry-Hérard, vice-présidentes, et M. Thierry Dahan, vice-président, Mmes Laurence Idot, Carol Xueref et Sandra Lagumina, membres.

La secrétaire de séance,

Le président,

Caroline Cheron

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence