

entrée libre

LA LETTRE DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE

octobre 2009 • n° 6

Édito Prochainement dans les salles...



Elisabeth Flury-Hérard
Vice-présidente
de l'Autorité de la concurrence

Elisabeth Flury-Hérard a dirigé l'Institut pour le Financement du Cinéma et des Industries Culturelles de 1998 à 2002. Jusqu'en février 2009, elle a été membre du Conseil supérieur de l'audiovisuel (CSA).

La révolution numérique, qui bouleverse l'équation économique d'un nombre toujours plus important de médias, touche également le cinéma. L'autorité de concurrence a été souvent amenée, par le passé, à appliquer le droit de la concurrence à ce secteur, qui est doté d'une régulation spécifique pour assurer l'accès de tous aux films.

Le Conseil de la concurrence a posé les règles sur des sujets aussi importants que les cartes illimitées ou les relations verticales entre les distributeurs et les exploitants. Plus récemment, le rapport Perrot*-Leclerc a accompagné en amont ces évolutions par ses recommandations.

L'Autorité, qui vient d'autoriser le projet d'entreprise commune entre les filiales de TF1 et d'UGC, s'est également prononcée

sur le projet d'ordonnance réformant la régulation du secteur, notamment sur le rôle du Médiateur du cinéma, autorité de régulation sectorielle, sur le fonctionnement des ententes de programma-

tion et sur la chronologie des médias. Prochainement, l'Autorité devrait également se prononcer sur un projet de financement mutualisé de l'équipement des salles de cinéma en projecteurs numériques. L'objectif des textes est d'accompagner, sans sacrifier les objectifs culturels, la mutation numérique du cinéma.

L'industrie du cinéma, comme l'ensemble des médias, présente une tendance naturelle à la concentration, du fait de l'importance des coûts fixes engagés dans cette activité et parce que le risque pris, film par film, par les producteurs et les distributeurs pousse à répartir ce risque sur un plus grand nombre d'œuvres. Cette tendance à la concentration et les risques qu'elle implique ont été encadrés de longue date par la régulation du cinéma ; mais la révolution numérique, pourtant porteuse d'innovations bénéfiques aux consommateurs, peut également accentuer cette tendance. Pour n'en prendre que deux exemples, la numérisation de la projection bouleverse l'équilibre des relations entre distributeurs et exploitants, puisque les investissements nécessaires doivent être réalisés par les exploitants alors qu'ils bénéficieront aux distributeurs, et le développement des services de vidéo

et l'optimisation de l'exploitation du film.

L'objectif de l'Autorité sera, comme par le passé, de veiller à ce que l'adaptation de la régulation sectorielle, nécessaire

pour que la tendance à la concentration ne débouche pas sur une standardisation culturelle, soit enrichie de l'apport du droit de la concurrence, sans en exclure l'application, ce qui ne pourrait se faire qu'au détriment de l'ensemble des acteurs. ■

*Anne Perrot est vice-présidente de l'Autorité de la concurrence

Arrêt sur...



La concurrence dans les DOM

Grande distribution, carburants, téléphonie, Internet haut débit : la situation de la concurrence dans les départements d'outre-mer aura fait parler d'elle en 2009. **p.2**

Quelle place pour la concurrence dans le sport ?

entrée libre reçoit Frédéric Thiriez

Président de la Ligue de Football Professionnel **p.4**

Question de fond

Accords d'exclusivité, quel impact sur la concurrence ?

La pratique décisionnelle de l'Autorité montre que c'est une analyse des spécificités de chaque contrat et de l'ampleur de l'exclusivité, au regard de l'environnement concurrentiel, qui permet d'apprécier son impact sur la concurrence. **p.3**



En bref

Réseaux de santé

Sollicitée par le ministère de l'Économie, l'Autorité de la concurrence a rendu un avis sur les réseaux de santé agréés par les organismes complémentaires d'assurance maladie (OCAM). De manière générale, leur mise en place, qui oblige les professionnels souhaitant être sélectionnés à respecter notamment des engagements de modération tarifaire, apparaît comme plutôt pro-concurrentielle. Concernant les réseaux dits "fermés" (opticiens) qui n'accueillent qu'un nombre limité de professionnels par zone géographique, l'Autorité préconise une clarification de leurs conditions d'accès, lesquelles doivent reposer sur des critères "transparentes, objectifs et non discriminatoires".

Avis 09-A-46 du 9 septembre 2009, disponible sur www.autoritedelaconcurrence.fr

Feu vert pour le rachat de Marie par LDC

L'Autorité de la concurrence a estimé que l'opération de rachat de la société Marie par le groupe LDC, bien que renforçant les parts de marché du groupe LDC sur les marchés des produits traiteurs frais (entrées, plats cuisinés, tartes salées), n'était pas de nature à porter atteinte à la concurrence.

Décision du 22 septembre 2009, prochainement publiée sur www.autoritedelaconcurrence.fr

L'Autorité de la concurrence, seule représentante de la France

Par une lettre du 1^{er} octobre 2009, la ministre de l'Économie, Mme Christine Lagarde, a informé Mme Neelie Kroes, commissaire européenne en charge de la concurrence, que l'Autorité de la concurrence est désormais la seule autorité nationale de concurrence au sens du droit communautaire. Le gouvernement tire ainsi les conséquences, au niveau européen, de la réforme opérée par la LME, en mettant un terme à la représentation duale (Conseil de la concurrence/DGCCRF) qui existait jusque-là au sein du comité chargé de conseiller la Commission sur les cas de pratiques anticoncurrentielles et de concentrations communautaires.

À venir...

Un document cadre sur la conformité

sera publié par l'Autorité avant la fin de l'année. Il permettra aux entreprises de bénéficier d'un certain nombre de repères cohérents et transparents pour élaborer des programmes efficaces de respect des règles de concurrence.

Les lignes directrices sur les concentrations

seront publiées dans les semaines à venir. Ce guide, à vocation pédagogique pour les entreprises, sera réalisé à partir du projet mis en ligne par l'Autorité en juillet dernier et des observations recueillies à la suite de la consultation publique qui avait été ouverte aux intéressés jusqu'au 24 septembre.

Examen du rachat d'Arrivé par LDC Traiteur

Après le rachat de la société Marie, l'Autorité de la concurrence examine l'acquisition, par le groupe LDC, de la société Arrivé, acteur du marché de la volaille.

Arrêt sur...

La concurrence dans les DOM



À la suite d'une entrevue avec Bruno Lasserre le 17 septembre dernier, la secrétaire d'État à l'Outre-mer, Madame Marie-Luce Penchard, a indiqué qu'"une partie des prix élevés dans les DOM s'expliquait par une concurrence insuffisante et des comportements répréhensibles des opérateurs". Elle a aussi rappelé qu'"il appartient à l'État, que ce soit le gouvernement ou l'Autorité de la concurrence, de réguler le marché et de faire respecter les règles".

Une plus grande concurrence pour faire baisser les prix

Grande distribution, carburants, téléphonie, Internet haut débit : la situation de la concurrence dans les départements d'outre-mer aura fait parler d'elle en 2009. Saisie en février dernier, en pleine grève guadeloupéenne et martiniquaise contre "la vie chère", par Monsieur Yves Jégo, alors secrétaire d'État à l'Outre-mer, l'Autorité a travaillé sur deux secteurs spécifiques : les carburants et la grande distribution. Concernant le marché des carburants (avis 09-A-21 du 29 juin 2009), elle a pointé les dérives d'un système de régulation jugé inadapté. En raison des situations de monopoles à la fois sur l'approvisionnement et sur la distribution, les prix d'achat des carburants sont fixés par le préfet. Des prix plafond, qui, en pratique, à la pompe, sont devenus des prix plancher... Dans le second avis rendu début septembre (avis 09-A-45 du 8 septembre 2009) et dont la presse s'est largement fait écho, l'Autorité de la concurrence a enquêté sur un échantillon de 75 produits de grande consommation importés, pour finalement constater que les écarts de prix avec la Métropole atteignaient plus de 55 % pour la moitié des produits étudiés. Une différence due pour un peu aux frais de transports et à l'octroi de mer mais pour beaucoup à une faible concurrence sur le marché de gros et de détail. L'Autorité fait des

propositions pour redynamiser la concurrence : favoriser l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché, améliorer l'information du consommateur, mutualiser les circuits logistiques en réfléchissant à la création de plateformes régionales d'approvisionnement et de stockage, revoir les dispositifs d'aides aux entreprises locales...

Les opérateurs de télécommunications sous surveillance

Autre secteur sensible outre-mer : les télécommunications. Dans le secteur de l'Internet haut débit et à la suite d'une saisine de la société Mediaserv, France Télécom s'est engagée à améliorer la qualité des services nécessaires au maintien du bon fonctionnement du haut débit dans les DOM, en tenant compte du décalage horaire entre les DOM et la métropole (décision 09-D-11 du 18 mars 2009). Dans une autre décision rendue en juillet, l'Autorité a estimé que France Télécom avait usé de sa position dominante pour s'octroyer des avantages sur ses concurrents, et lui a infligé une amende de 27,6 millions d'euros (décision 09-D-24 du 28 juillet 2009). Dans le secteur de la téléphonie mobile, c'est SRR, une filiale de SFR, qui a fait l'objet d'une plainte devant l'Autorité de la concurrence. Ses deux concurrents outre-mer (Orange et Outremer Telecom) lui reprochaient une différenciation de tarifs ne correspondant pas aux coûts, entre les appels "on net" (sur le même réseau) et les appels "off net" (vers un autre réseau), qui leur donnait une image d'opérateurs "chers à appeler". Face à ces pratiques qui freinent sensiblement la dynamique concurrentielle, l'Autorité a estimé qu'il était nécessaire de prononcer des mesures d'urgence (décision 09-MC-02 du 16 septembre 2009). ■

Les décisions et avis cités sont disponibles sur le site de l'Autorité : www.autoritedelaconcurrence.fr

Repères

Agenda

Secteur de la santé : la concurrence est-elle tabou ?

Lundi 16 novembre 2009 (8h45 - 12h45)

La deuxième édition des "Rendez-vous" de l'Autorité, se tiendra dans les locaux de l'ENA à Paris, le lundi 16 novembre 2009. Les débats porteront sur la place des règles de la concurrence dans le secteur de la santé. Quelles règles du jeu dans le secteur pharmaceutique ? Mise en concurrence des professionnels par les patients : réalité ou fiction ? L'assurance santé, saisie par la concurrence ?

Après une ouverture par Anne Perrot, vice-présidente de l'Autorité de la concurrence, et une présentation de la problématique par Irène Luc, chef du service juridique, les discussions entre les différents spécialistes de la santé et de la concurrence s'articuleront autour des enjeux juridiques, économiques et pratiques de la question posée. Le programme est en ligne sur le site de l'Autorité (www.autoritedelaconcurrence.fr).



Pour s'inscrire, une seule adresse : rendez-vous.16novembre@autoritedelaconcurrence.fr

Le chiffre

100

C'est le nombre d'affaires de concentrations enregistrées par l'Autorité depuis le 2 mars 2009, date de création du service dédié aux concentrations dirigé par Nadine Mouy. **52** décisions ont été rendues à ce jour.

L'APPRECIATION DE L'IMPACT D'UN ACCORD D'EXCLUSIVITÉ SUR LE MARCHÉ DÉPEND DE PLUSIEURS ÉLÉMENTS COMME SA DURÉE ET SON CHAMP D'APPLICATION.

L'Autorité de la concurrence veille à ce que l'exclusivité contenue dans un contrat n'empêche pas l'émergence de nouveaux acteurs et ne ferme pas le marché au détriment des consommateurs.

UNE ÉTUDE AU CAS PAR CAS EST NÉCESSAIRE POUR DÉTERMINER SI L'ACCORD D'EXCLUSIVITÉ AFFECTE LE MARCHÉ.

EN PRÉSENCE D'UNE EXCLUSIVITÉ ANTICONCURRENTIELLE, L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE PEUT PRONONCER DES SANCTIONS, DÉCIDER DE MESURES CONSERVATOIRES EN CAS D'URGENCE, ACCEPTER DES ENGAGEMENTS OU IMPOSER DES REMÈDES.

Accords d'exclusivité

Quel impact sur la libre concurrence ?

La pratique décisionnelle de l'Autorité montre que c'est une analyse des spécificités de chaque contrat et de l'ampleur de l'exclusivité, au regard de l'environnement concurrentiel, qui permet d'apprécier son impact sur la concurrence. Il semble bien qu'en la matière, tout soit une question de mesure.

Cas pratique

iPhone : la cour d'appel approuve l'analyse de l'Autorité

Le 17 décembre 2008, le Conseil de la concurrence a suspendu, à titre conservatoire, le partenariat de distribution exclusive signé entre Apple et Orange (France Télécom) sur l'iPhone en France (décision 08-MC-01). Il a estimé que l'exclusivité obtenue par Orange, d'une durée exceptionnellement longue (cinq ans) au regard des pratiques du secteur (pas plus d'un an), était de nature à renforcer sa position prééminente sur le marché des services de téléphonie mobile et à affaiblir directement la concurrence que se font les opérateurs. Quant aux consommateurs, ils ne pouvaient accéder aux services d'un opérateur concurrent d'Orange qu'en achetant un iPhone "nu" (c'est-à-dire non associé à un forfait avec Orange) et en réglant la somme de 100 euros pour obtenir le déverrouillage de l'appareil.

Approuvant les mesures conservatoires ordonnées, la cour d'appel de Paris a souligné le fait que l'exclusivité consentie à Orange par Apple conférait à cet opérateur un "avantage concurrentiel majeur" et que le Conseil avait retenu "à bon escient" le risque de cloisonnement du marché qui pourrait résulter de tels partenariats (CA Paris, 4 février 2009). Un pourvoi en cassation a été intenté contre cette décision.

Peser le pour et le contre

Les clauses d'exclusivité contenues dans les accords verticaux ne sont pas "en soi" anticoncurrentielles. L'exclusivité peut apporter des gains d'efficacité quand elle incite l'entreprise à investir. Par exemple, lorsqu'une entreprise consacre un financement important à la recherche et au développement d'un nouveau produit, il est normal que ses efforts lui bénéficient : un accord d'exclusivité lui permettant de rentabiliser sa prise de risque est donc, a priori, légitime. Mais à côté des incitations pro concurrentielles qui poussent les entreprises à être plus efficaces, l'exclusivité peut aussi avoir pour effet de sortir un bien ou un service de la concurrence, aux dépens du consommateur. Le rôle de l'Autorité est d'évaluer l'impact de ces accords sur la concurrence et de s'assurer qu'ils n'ont pas pour objet ou pour effet d'empêcher une entreprise d'accéder au marché ou de l'en exclure.

Une grille d'évaluation pour une appréciation au cas par cas

L'appréciation de l'impact d'un accord d'exclusivité sur le marché dépend de plusieurs éléments qui se sont dégagés au fil des décisions de l'Autorité : champ d'application et durée de l'exclusivité, justifications techniques et contreparties économiques obtenues par le client. Ces critères

permettent d'évaluer le lien entre l'importance du risque industriel, le montant investi et le retour sur investissement. L'exclusivité ne doit pas présenter un caractère trop général, qui aboutirait à interdire aux autres opérateurs potentiels l'accès au marché ; ou encore, sa durée ne doit pas être inhabituelle et disproportionnée par rapport aux usages contractuels du secteur d'activité. Par exemple, dans l'affaire de la télévision de rattrapage (possibilité de regarder certains programmes en léger différé), l'Autorité de la concurrence (le Conseil à l'époque) avait considéré que l'accord de partenariat exclusif signé entre France Télévisions et France Télécom, n'était pas anticoncurrentiel, en raison notamment de son champ d'exclusivité restreint (uniquement certains programmes de la tranche 18-24h et excluant les programmes les plus attractifs) et de sa durée (deux ans à compter du lancement du service), qui n'apparaissait pas excessive, s'agissant du lancement d'un nouveau produit (décision 08-D-10, 7 mai 2008). En revanche, dans une autre affaire, le Conseil avait estimé que la mise en place d'un partenariat exclusif réciproque entre les labels "Bienvenue à la ferme" et "Gîtes de France" tendait à limiter la liberté commerciale de chacune des parties à l'accord, à empêcher un réseau concurrent de créer un partenariat avec les deux labels et à restreindre le choix

des adhérents (décision 08-D-03, 21 février 2008). Récemment, dans une affaire relative à la gestion des droits marketing du football en France, l'Autorité de la concurrence a sanctionné la FFF et la société Sportfive à hauteur de 6,9 millions d'euros pour avoir conclu des accords exclusifs de très longue durée (10 ans, 17 ans, etc.) ayant eu pour conséquence de contribuer au verrouillage du marché et à l'éviction des concurrents potentiels (décision 09-D-31 du 30 septembre 2009).

Éviter les dommages irréversibles

En amont, lorsque l'Autorité de la concurrence considère que le fonctionnement du jeu concurrentiel est atteint, elle peut ordonner en urgence la cessation du comportement anticoncurrentiel (par exemple la suppression d'une clause anticoncurrentielle dans un contrat) ou imposer à l'entreprise d'agir dans tel ou tel sens pour rétablir la concurrence (modification des conditions générales de vente, etc.). C'est ainsi qu'en décembre 2008, l'Autorité de la concurrence a décidé de suspendre le partenariat de distribution exclusive entre Apple et Orange sur l'iPhone (cf. encadré). L'adoption d'une mesure conservatoire constitue un remède immédiat mais provisoire, permettant de rééquilibrer le jeu concurrentiel avant un traitement de l'affaire au fond. ■



Cinéma, sport... Quel modèle d'exclusivité sur le marché des chaînes payantes ?

L'avis de l'Autorité (avis 09-A-42, 7 juillet 2009)

Saisie par le ministre de l'Économie, l'Autorité a rendu un avis sur l'impact concurrentiel des exclusivités dans le domaine de la télévision payante et en particulier sur le modèle de la double exclusivité.

Qu'est-ce que la double exclusivité ? Pour accéder aux chaînes éditées par un opérateur télécom, le client doit non seulement souscrire un abonnement au service télévisuel lui-même (exclusivité de distribution de la chaîne) mais également souscrire à l'offre *triple-play* du fournisseur d'accès à Internet (qui comprend aussi une offre de téléphonie et un bouquet télévisuel de base inclus dans le forfait). Le système entraîne de fait une restriction des choix du consommateur qui, pour avoir un accès universel aux contenus, est obligé de payer plus cher.

Que dit l'Autorité de la concurrence ? Les préoccupations sont les suivantes : favoriser l'entrée de nouveaux acteurs sur le marché de la télévision payante sans pour autant restreindre le choix du consommateur, ni déstabiliser le marché du haut débit. Pour les FAI qui souhaitent investir dans les contenus, la double exclusivité ne peut être qu'une solution exceptionnelle, limitée dans sa durée et dans son champ. L'Autorité a appelé de ses vœux une intervention du législateur, afin que des "règles du jeu claires" puissent être fixées. Objectif : définir des conditions strictes de durée (un ou deux ans maximum) et de champ (réelles innovations techniques et commerciales) pour la double exclusivité et, parallèlement, mettre en place une régulation du marché de gros des chaînes payantes, afin d'en permettre l'ouverture suffisante, notamment dans le domaine du sport et du cinéma.

Orange et Canal+ devant l'Autorité sur deux affaires

L'Autorité de la concurrence a par ailleurs été saisie de deux affaires opposant France Télécom et Canal+. Tout d'abord, fin 2008, après une autosaisine du Conseil de la concurrence, France Télécom a porté plainte contre Canal+ pour abus de position dominante, lui reprochant la conclusion d'accords d'exclusivités avec plus de 60 chaînes thématiques (sport, information continue, programmes jeunes, etc.). En février 2009, c'est au tour de Canal+ de mettre en cause les pratiques d'Orange (France Télécom) concernant l'accès aux chaînes Sport et Cinéma Séries. Affaires à suivre...

Quelle place pour la concurrence dans le secteur du sport ?

En tant qu'activité économique, le sport se voit appliquer les règles de concurrence. Mais les choses ne sont pas si simples. D'un côté, les caractéristiques spécifiques du secteur doivent être reconnues, de l'autre, il est nécessaire que la réglementation sportive s'adapte aux exigences économiques. Compétition sportive et compétition économique font-elles bon ménage ? *Entrée Libre* a posé la question à Frédéric Thiriez, Président de la Ligue de Football Professionnel.

Président de la LFP depuis 2002, je constate la difficulté, pour le droit de la concurrence, de bien appréhender l'organisation, le fonctionnement et les enjeux du monde sportif. En quelques mots, il me semble que trois constats peuvent être faits.

La concurrence dans le sport : jusqu'où ?

Tout d'abord, je constate que dans certaines circonstances, le droit de la concurrence apparaît particulièrement intrusif. Ainsi, il tend aujourd'hui à s'appliquer jusque dans les règles "purement sportives". Pendant longtemps, sur la base d'une jurisprudence constante de la Cour de Justice des Communautés Européennes (cf. arrêts Walrave, Deliège), les fédérations et ligues sportives pouvaient fixer les règles de leurs sports respectifs sans craindre une remise en cause de celles-ci au regard du droit de la concurrence. Or, l'arrêt Meca-Medina rendu par la Cour de justice en 2006 semble avoir remis en cause cette situation. Dans cet arrêt, qui concernait des règles antidopage fixées par la Fédération internationale de natation, la Cour a jugé que même les règles "purement sportives" n'échappent plus à l'application du droit de la concurrence.

Une extension du droit de la concurrence jusque dans l'élaboration des "règles du jeu" est dangereuse. La Commission européenne, dans son Livre blanc sur le sport, a d'ailleurs, après l'arrêt Meca-Medina, émis des réserves sur la possibi-

lité pour ces règles purement sportives d'être anticoncurrentielles. Il est aujourd'hui capital que les autorités compétentes redéfinissent clairement la frontière entre ce qui tombe dans le champ du droit de la concurrence et ce qui y échappe, afin de revenir à une situation plus respectueuse de la compétence de chacun.

La spécificité sportive

Ensuite, je remarque que pour appliquer le droit de la concurrence de manière raisonnée, il convient souvent de rappeler en quoi l'organisation du sport est originale : le sport est fondé sur une structure pyramidale, avec une seule fédération et une seule ligue par sport, chargées d'une mission de service public consistant à organiser et assurer le financement de leurs disciplines. C'est à la fois le monde professionnel et le monde amateur qui bénéficient de cette organisation.

Ce que d'aucuns veulent réduire à un monopole purement économique du point de vue du droit de la concurrence est en réalité une situation nécessaire, voulue par l'État, et inscrite dans la loi pour assurer le développement harmonieux et le financement solidaire du sport. C'est cela que nous appelons la "spécificité sportive".

Les intérêts du sport français au second plan ?

Enfin, dans l'application du droit de la concurrence, force est de constater que les intérêts du sport ne sont consi-



INTERVIEW

Frédéric THIRIEZ,
Président de la Ligue de Football Professionnel

dérés que comme un enjeu accessoire dès lors que le marché des droits audiovisuels est concerné. Or, c'est en grande partie grâce à la vente des droits audiovisuels de ses compétitions que la LFP peut assurer la mission de service public qui lui est confiée. Car cette mission est bien financée de manière privée et non publique.

Ainsi, à l'occasion de la fusion Canal +/TPS, les intérêts du football français n'ont finalement pas été pris en compte dans les conditions mises à cette fusion. Et aujourd'hui, alors qu'une concurrence a pu renaître grâce à l'arrivée d'un nouvel acteur, après le lancement d'un appel d'offres novateur, de nouvelles menaces pèsent sur le sport français du fait du dernier avis de l'Autorité, qui s'attache à réduire un risque potentiel sur le marché des télécoms et non à prendre en compte le nécessaire maintien d'une concurrence sur le marché des droits sportifs.

À mon sens, voilà quels sont, en quelques mots, les enjeux communs de l'Autorité de la concurrence et du monde du sport dans les mois à venir. »

Sport à la télé : les nouveaux entrants font du bien à la concurrence

(Avis 09-A-42, 7 juillet 2009)

Baisse des prix, élargissement de l'offre, offres plus abordables : l'avis rendu en juillet dernier par l'Autorité de la concurrence a été l'occasion de constater l'effet dynamisant de l'arrivée de nouveaux acteurs, en l'occurrence des fournisseurs d'accès à Internet (FAI), sur le marché des contenus télévisuels. Les chaînes proposées par Orange offrent un "package" intermédiaire, entre les bouquets non premium et non exclusifs des FAI et les offres premium exclusives haut de gamme de Canal +. Le consommateur a accès à une offre moins riche mais à un coût plus abordable. Prenons l'exemple d'un consommateur déjà abonné à Orange et qui manifeste un intérêt pour les matchs de football sans pouvoir s'offrir un abonnement haut de gamme : l'offre intermédiaire lui proposant l'accès au match du samedi soir pourra lui sembler d'un rapport qualité/prix acceptable.



Quelles solutions d'équilibre ?

L'Autorité de la concurrence a émis des réserves sur le modèle économique de la double exclusivité revendiqué par Orange (cf. p.3, Rubrique *Question de fond*). La divergence se situe sur le fait qu'Orange réserve ses chaînes à ses seuls abonnés haut débit, et non sur le fait qu'elle acquiert des droits exclusifs. Le cumul des deux est susceptible de distordre la concurrence sur le marché des télécoms. Or, un développement conjoint du marché de la télévision payante et du marché des télécoms est possible. C'est pourquoi l'Autorité estime qu'il existe d'autres moyens que celle de la double exclusivité pour favoriser l'incitation à investir dans les contenus, moins dommageables pour la concurrence sur le marché des télécoms. L'Autorité recommande ainsi l'autodistribution : le distributeur se réserve l'exclusivité de certaines chaînes tout en distribuant son offre sur le plus grand nombre possible de plates-formes. Le consommateur peut ainsi opter pour un fournisseur d'accès en fonction du rapport qualité/prix qu'il recherche pour Internet et la téléphonie et choisir, indépendamment, les bouquets de chaînes attractives auxquels il désire s'abonner. Par ailleurs, l'Autorité souhaite qu'advienne rapidement une évolution sensible du fonctionnement du marché de gros des chaînes payantes. Ouvrir ce marché, notamment dans le domaine du sport et du cinéma, exigerait la régulation des montants et du champ des clauses d'exclusivité du distributeur dominant ainsi que la pérennisation et l'extension des engagements souscrits lors des opérations de concentration Canal+/TPS et SFR/Neuf Cegetel.