Téléphonie mobile en Martinique, Guadeloupe et Guyane - Le Conseil de la concurrence prononce des mesures conservatoires qui s'imposent à Orange Caraïbe

Publié le 09 décembre 2004

Le Conseil de la concurrence a été saisi, le 9 juillet 2004, d'une plainte de l'opérateur de téléphonie mobile, Bouygues Télécom Caraïbe. Ce dernier estime que les sociétés Orange Caraïbe et France Télécom abusent de leur position dominante dans le secteur de la téléphonie mobile ou de la téléphonie fixe et mettent en œuvre des pratiques anticoncurrentielles dans les départements de Martinique, Guadeloupe et Guyane.

Jugeant que les éléments sont réunis pour justifier d'une atteinte grave et immédiate au secteur et au consommateur, le Conseil de la concurrence a prononcé des mesures conservatoires et a décidé de poursuivre l'instruction du dossier au fond.

Le marché de la téléphonie mobile dans les Caraïbes : un marché mature caractérisé par un duopole asymétrique

Sur l'ensemble des trois départements des Caraïbes, les deux opérateurs principaux sont Orange Caraïbe et Bouygues Télécom Caraïbe. Au 30 juin 2004, la part de marché d'Orange Caraïbe était de 82,5 % contre 17,4 % pour Bouygues Télécom Caraïbe.

La position de marché d'Orange Caraïbe est forte, car cet opérateur a commencé la commercialisation de ses services dans les Caraïbes dès septembre 1996, soit plus de quatre ans avant Bouygues Télécom Caraïbe. Par

ailleurs, le marché de la téléphonie mobile dans les Caraïbes peut être qualifié de mature : il s'agit d'un marché de renouvellement où le taux d'équipement ne progresse plus. Cette situation rend le marché particulièrement vulnérable aux pratiques d'éviction, de discrimination, de verrouillage ou de fidélisation abusive de la clientèle.

Les pratiques en cause

Dans sa saisine, Bouygues Télécom Caraïbe dénonce un certain nombre de pratiques d'éviction de la part d'Orange Caraïbe et de France Télécom, qui se seraient traduites par un accroissement de ses difficultés financières.

Le verrouillage du réseau de distribution par la mise en place de contrats d'exclusivité avec les distributeurs indépendants

Orange Caraïbe a conclu avec un nombre important de distributeurs indépendants (110 points de vente) des contrats d'exclusivité les obligeant à distribuer uniquement ses produits et services, à l'exclusion de ceux de Bouygues Télécom Caraïbe, pendant toute la durée du contrat et pendant deux ans encore après la fin de celui-ci.

Compte tenu de l'étroitesse du marché géographique considéré et de la faible rotation des baux des points de vente de premier choix, le Conseil considère que ces restrictions à la liberté des distributeurs sont susceptibles de donner un avantage déterminant à Orange Caraïbe en limitant l'accès de Bouygues Caraïbe au marché de la distribution. En outre, ces pratiques gênent les consommateurs qui ne peuvent, de façon simple, comparer, sur un même lieu de vente, les produits offerts par les deux opérateurs.
Les effets anticoncurrentiels de ces pratiques semblent, en l'état de l'instruction, d'autant plus probables que l'obligation de non-concurrence est imposée par un opérateur bénéficiant d'un fort pouvoir de marché à l'encontre d'un unique concurrent de taille beaucoup plus réduite.

L'exclusivité imposée à la société Cételec Caraïbe

Cételec Caraïbe est le seul réparateur de téléphones mobiles dans les Caraïbes qui soit agréé par les constructeurs. Le contrat qu'Orange Caraïbe a conclu avec

cette entreprise contient une clause d'exclusivité. Ne pouvant de ce fait utiliser les services de Cételec, Bouygues Télécom Caraïbe se trouve dans l'obligation de renvoyer en métropole les téléphones défectueux, ce qui a pour conséquence d'allonger le temps et de renchérir le coût des réparations. L'exclusivité accordée à Orange Caraïbe conduit donc à renchérir artificiellement les coûts de son concurrent.

L'effet de club engendré par la discrimination tarifaire entre les appels on net et les appels off net

Orange Caraïbe a mis en place une différenciation tarifaire entre les appels on net (appels passés à l'intérieur de son réseau) et les appels off net (appels émis d'un abonné Orange à destination d'un abonné Bouygues).

Cette « surtarification » des appels off net a pour effet de donner au réseau Bouygues l'image défavorable d'un réseau cher et incite les consommateurs pouvant coordonner leur choix (membres d'une même famille, d'un groupe, d'une entreprise, …) à concentrer leurs abonnements sur un seul réseau, le plus grand des deux (en l'espèce, Orange).

C'est ce qu'on appelle « l'effet club ». Le Conseil souligne à cet égard que l'impact anticoncurrentiel de « l'effet club » est dû, non à la taille absolue des deux réseaux en cause, mais à l'écart existant entre ces tailles : le plus grand des parcs détient une part de marché de plus de 82 %. L'écart de taille multiplie l'effet de la surtarification.

Les pratiques de fidélisation

Orange Caraïbe a mis en œuvre différents programmes visant à fidéliser sa clientèle : crédits de communications pour les détenteurs de cartes prépayées, bonus anniversaire, programme « Changez de mobile »…

Le programme « Changez de mobile » permet à ses abonnés de cumuler des points de fidélité à chaque facture en fonction notamment du montant de celles-ci. L'utilisation de ces points pour acheter un nouveau portable à un tarif préférentiel est subordonnée à un réengagement de l'abonné de 24 mois auprès d'Orange Caraïbe.

Le Conseil de la concurrence souligne que ces offres peuvent entraîner une cristallisation des parts de marché, car elles dissuadent la migration de la clientèle.

En particulier, le programme « Changez de mobile » favorise l'emboîtement des périodes d'engagement. En prolongeant artificiellement la durée de l'engagement, Orange Caraïbe se soustrait à toute remise en concurrence. Cette pratique a pour effet de figer les parts de marché à son bénéfice.

L'atteinte grave et immédiate à la situation de l'entreprise plaignante, au secteur et aux consommateurs

Le Conseil de la concurrence considère que la situation actuelle est de nature à empêcher l'opérateur Bouygues Caraïbe d'exercer une pression concurrentielle normale sur son concurrent Orange Caraïbe. Cet état de fait constitue une atteinte grave et immédiate à la situation de l'entreprise plaignante, au secteur et aux consommateurs.

Si le Conseil constate que les pratiques ci-dessus existent aussi en métropole, il souligne qu'elles produisent, dans les Caraïbes, des effets particuliers, compte tenu de la structure très spécifique de ce marché géographique où la concurrence oppose deux opérateurs dotés de parts de marché très asymétriques (82 % et 18 % respectivement).

Les mesures conservatoires prononcées

- Il est enjoint à Orange Caraïbe de supprimer dans tous les contrats, en cours ou à venir, conclus avec ses distributeurs indépendants les obligations d'exclusivité liant ces derniers.

- Il est enjoint à Orange Caraïbe de supprimer l'ensemble des obligations d'exclusivité qu'elle impose à Cételec Caraïbes.

- Il est enjoint à Orange Caraïbe de faire en sorte que, pour toutes les offres comportant des tarifs différents pour les communications on net, d'une part, et off net, d'autre part, l'écart entre ces tarifs on net et off net ne dépasse

pas l'écart entre les coûts que Orange Caraïbe supporte pour l'acheminement de ces deux types de communications.

- · Il est enjoint Orange Caraïbe de permettre à l'ensemble de ses clients d'utiliser les points de fidélité qu'ils ont acquis ou dont ils pourraient faire l'acquisition pour bénéficier d'une réduction de prix sur l'ensemble des produits et services qu'elle propose.

Le Conseil de la concurrence donne deux mois à Orange Caraïbe pour se conformer à ces injonctions.

DÉCISION 04-MC-02 DU 9 DÉCEMBRE 2004

relative à une demande de mesures conservatoires présentées par la société Bouygues Télécom Caraïbe à l'encontre de pratiques mises en œuvre par les sociétés Orange Caraïbe et France Télécom

Consulter le texte intégral

Contact(s)

Yannick Le Dorze

Adjoint à la directrice de la communication
01 55 04 02 14
Contacter par mail