Droits marketing de l'équipe de France de football : l'Autorité de la concurrence sanctionne la Fédération française de football et Sportfive pour entente

Publié le 01 octobre 2009

L'Autorité de la concurrence sanctionne la Fédération française de football et la société Sportfive à hauteur de 6,9 millions d'euros pour s'être entendues afin d'éliminer toute concurrence dans la commercialisation des droits marketing de la Fédération.

A la suite de deux autosaisines du Conseil de la concurrence, l'Autorité de la concurrence rend aujourd'hui une décision par laquelle elle sanctionne la Fédération Française de Football et la société Sportfive pour entente.

Des accords exclusifs de très longue durée sans appel à la concurrence

La FFF et Sportfive ont noué des accords exclusifs de très longue durée sans faire appel à la concurrence pour la gestion des droits marketing de l'Equipe de France et de la Coupe de France.

La combinaison de clauses d'exclusivité, de clauses de tacite reconduction et d'indemnité de fin de contrat ainsi que d'avenants de prolongation signés plusieurs années avant l'échéance théorique des contrats présente un caractère anticoncurrentiel dans la mesure où elle a soustrait pendant une très longue période - de 1985 à 2002 pour certains contrats - la commercialisation de ces droits au libre jeu de la concurrence.

L'organisation de l'appel d'offres de 2001 pour l'attribution de la totalité des

droits marketing de la FFF montre que la FFF et Sportfive se sont ensuite concertées pour éliminer toute concurrence

La FFF a finalement organisé un appel d'offres en 2001.

A cette occasion, l'Autorité a établi que les deux parties en cause se sont concertées, notamment en empêchant un concurrent (Havas Sports) d'obtenir les informations nécessaires au chiffrage de sa proposition, et en négociant, avant et après l'attribution du marché à Sportfive, des modifications substantielles du marché tel qu'initialement prévu.

Ces pratiques ont faussé l'appel à la concurrence organisé par la FFF en confortant les droits exclusifs de l'opérateur en place et en fermant le marché à toute concurrence extérieure.

Des sanctions à la hauteur de la gravité des pratiques

Les pratiques d'éviction mises en œuvre dans le cadre de conventions passées sur une longue durée sans appel à la concurrence ou dans un appel d'offres détourné de son objet ont eu pour conséquence de restreindre le jeu de la concurrence sur le marché des services de gestion et de commercialisation des droits marketing du sport et particulièrement sur un segment très en vue de ce marché : le marketing du football en France, à une époque où celui-ci était particulièrement attractif, du fait des succès de l'Equipe de France. Elles ont limité l'accès à ce marché à d'autres intermédiaires et diminué les ressources que la FFF aurait pu consacrer à ses missions, notamment en faveur du développement du football amateur.

Première fédération sportive, et de très loin, en nombre de licenciés comme en recettes marketing et audiovisuelles, la FFF a en outre donné un mauvais exemple aux autres fédérations sportives moins riches, sans tenir compte des observations de la Cour des comptes qui avait critiqué l'absence de mise en concurrence dans les marchés passés avec les sociétés du groupe Darmon, devenu la société Sportfive.

La FFF n'a pas contesté ce grief d'entente et a pris des engagements pour l'avenir. Elle s'est notamment engagée à mettre en place une procédure de mise en concurrence pour les contrats relatifs au choix de l'équipementier sportif, à l'acquisition des droits audiovisuels, ainsi que pour les contrats d'intermédiation, sans que, pour ces deux dernières catégories, la durée des contrats puisse dépasser quatre ans (ou six ans dans certains cas particuliers). Elle a en contrepartie bénéficié d'une réfaction de sanction de 40 %. L'amende qui lui a été infligée est de 900 000 euros. Celle que devra payer la société Sportfive s'élève à 6 millions d'euros.

DÉCISION 09-D-31 DU 30 SEPTEMBRE 2009

relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la gestion et de la commercialisation des droits sportifs de la Fédération française de football

Consulter le texte intégral

Contact(s)

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