L'Autorité de la concurrence autorise sous plusieurs conditions l'opération de rachat par TF1 des chaînes TMC et NT1

Publié le 26 janvier 2010

TF1 a notifié à l'Autorité, le 24 juillet 2009, l'acquisition d'une partie du groupe AB qui lui confère 100 % du capital de la chaîne NT1 et 80 % de la chaîne TMC[1]. Après une première phase d'instruction, l'Autorité de la concurrence a décidé d'ouvrir une phase d'examen approfondi de l'opération le 26 août.

Cet examen, qui s'est appuyé sur un « test de marché » auprès de l'ensemble des professionnels du secteur (détenteurs de droits, agences de publicité et annonceurs, régies et chaînes de télévision concurrentes, etc) a été mené sur l'ensemble des marchés susceptibles d'être affectés par l'opération : d'une part, les marchés de l'acquisition de droits de diffusion d'œuvres et de programmes pour la télévision, d'autre part, le marché de la publicité télévisuelle.

L'Autorité estime que l'opération est de nature à renforcer la position du groupe TF1 sur les marchés des droits et sur celui de la publicité

- **Sur les marchés de l'acquisition de droits**, l'Autorité a constaté que le groupe TF1 dispose d'ores et déjà de positions fortes en tant qu'acheteur : la chaîne acquiert environ 40 % des films tant américains que français diffusés à la télévision, près de 40 % des

fictions françaises réalisées pour la télévision et 45 % des séries américaines récentes. *Si l'acquisition de TMC et NT1 contribue peu à renforcer les parts du groupe dans les achats sur ces marchés, la possibilité de rentabiliser les droits acquis par le groupe TF1 sur trois chaînes en clair au lieu d'une seule constituera un avantage concurrentiel par rapport à l'ensemble des acheteurs en compétition.*

- **Sur le marché de la publicité**, l'Autorité a estimé que le média télévision restait pour les annonceurs non substituable à d'autres formes de publicité, notamment sur Internet. La demande d'écrans publicitaires télévisés a été particulièrement affectée par la crise économique au dernier trimestre 2008 et au premier semestre 2009, ce qui a compliqué l'analyse par l'Autorité de l'état de la concurrence sur un marché marqué par ailleurs par l'arrêt partiel de la publicité sur France Télévisions, qui a réduit l'offre.

  L'Autorité a néanmoins constaté qu'avec près de 50 % de parts de marché, *le groupe TF1 gardait une position dominante sur ce marché qui ne pourrait être que renforcée par l'acquisition, dans la mesure où, si TMC et NT1 ont pour le moment des parts de marché très faibles (moins de 2% au total), leur potentiel de croissance apparait important*. L'Autorité a en particulier mis en évidence le risque que le groupe TF1 s'appuie sur sa position dominante pour développer les ventes d'écrans de TMC et NT1, en incitant les annonceurs clients de la chaîne TF1 à acheter également des espaces publicitaires sur les deux chaînes acquises.

Ces fortes positions sur le marché des droits et sur le marché de la publicité télévisuelle se nourrissent mutuellement et favorisent un effet de spirale susceptible d'amplifier encore les effets de l'opération

La combinaison de fortes positions d'acheteur sur les marchés de droits et d'une position dominante sur le marché de la publicité télévisuelle est susceptible d'amplifier les effets de l'opération dans la mesure où tout accroissement des recettes publicitaires conforte les capacités d'achat de programmes attractifs qui soutiennent l'audience, ce qui attire alors encore plus d'investissements publicitaires. Les nouvelles chaînes de la TNT autres que TMC et NT1, qui doivent continuer à animer la concurrence en matière d'offres de télévision gratuite, apparaissent particulièrement fragiles face à un tel renforcement dans la mesure où leurs capacités d'achats de programmes restent limitées.

Afin de remédier aux risques d'atteinte à la concurrence, le groupe TF1 a pris devant l'Autorité de la concurrence un ensemble d'engagements substantiels

Ces engagements sont pris pour une durée de cinq ans à compter de la décision autorisant l'opération et devront être mis en œuvre dès la notification de la décision. Ils pourront faire l'objet d'un réexamen à la demande de TF1 et sur décision de l'Autorité, dans le cas où les circonstances de droit ou de fait prises en compte lors de l'autorisation seraient substantiellement modifiées.

En ce qui concerne les marchés de droits et l'audience, les engagements visent à faciliter la circulation des droits au bénéfice des chaînes concurrentes, afin d'éviter en particulier le gel de certains d'entre eux, et à limiter les possibilités de rediffusion des programmes à deux chaînes en clair du groupe TF1 au plus.

TF1 s'est de plus engagé à renoncer à toute forme de promotion croisée des programmes des chaînes acquises sur TF1.

Sur le marché de la publicité, ces mesures visent à maintenir l'indépendance des offres d'espaces publicitaires entre TF1, d'une part, et TMC et NT1, d'autre part : TF1 s'engage notamment à ne pratiquer aucune forme de couplage, de subordination, d'avantage ou de contrepartie entre les espaces publicitaires de la chaîne TF1 et les espaces publicitaires de la chaîne TMC et de la chaîne NT1.

Le groupe s'engage également à ce que la commercialisation des espaces publicitaires des chaînes TMC et NT1 soit assurée de façon autonome par une autre société que celle qui gère la régie publicitaire de la chaîne TF1.

Un mandataire indépendant, agréé par l'Autorité de la concurrence, s'assurera de la bonne exécution de l'ensemble de ces engagements.

DÉCISION 10-DCC-11 DU 26 JANVIER 2010

relative à la prise de contrôle exclusif par le groupe TF1 des sociétés NT1 et Monte-Carlo Participations (groupe AB)

Lire le texte intégral

Contact(s)

Virginie Guin
Directrice de la communication
01 55 04 02 62
Contacter par mail

ANNEXE / LES ENGAGEMENTS de TF1 EN BREF

- ***Faciliter la circulation des droits au profit des chaines concurrentes***

TF1 s'engage à prendre des mesures de nature à permettre une meilleure circulation des droits portant sur les œuvres patrimoniales[2] d'expression originale française (ci-après EOF) et les œuvres cinématographiques EOF, de manière à faciliter l'accès à ces droits sur les seconds marchés.

-œuvres de fiction réalisées pour la télévision : encadrer l'exercice du droit de premier et dernier refus en vue de prévenir des stratégies de gel de droits

En ce qui concerne les œuvres audiovisuelles patrimoniales EOF, TF1 s'engage en premier lieu à ce que, lorsque les contrats en cours ou les nouveaux contrats prévoient qu'il bénéficie d'un droit de premier et dernier refus, ce droit soit compris comme un droit de préférence à conditions au moins égales vis-à-vis d'une offre concurrente. En particulier, il s'ensuit que TF1 demandera la suppression du second alinéa de l'article 9 de l'accord conclu le 22 octobre 2008 entre elle-même, d'une part et le Syndicat des producteurs de Films d'Animation et l'Union Syndicale de la Production Audiovisuelle, d'autre part. En effet, cette clause prévoyait que TF1 pouvait dans certains cas exercer ce droit sous réserve d'une compensation pouvant être fixée dans le contrat initial. Il n'était donc aucunement garanti que TF1 soit obligé de s'aligner sur les conditions proposées par un tiers pour faire jouer ce droit de premier et dernier refus.

En deuxième lieu, afin d'éviter que TF1 n'utilise ce type de clause pour restreindre abusivement l'accès aux droits des chaînes concurrentes, l'exercice de ce droit de premier et dernier refus est conditionné à l'engagement de TF1 de diffuser les œuvres concernées dans un certain délai et en journée ou en soirée.

- Films : mêmes engagements pour l'exercice du droit de préemption

TF1 s'engage ensuite, de la même façon que pour les œuvres patrimoniales, à effectivement diffuser les films préemptés. L'exercice de ce droit de préemption est ainsi conditionné par l'engagement de TF1 de diffuser les œuvres concernées dans un certain délai et en journée ou en soirée.

- ***Limiter la rediffusion des œuvres et programmes au sein du groupe***

- Emissions sportives

Pour les droits sportifs, TF1 s'engage à ne pas répondre à un même appel d'offres pour l'acquisition de droits de diffusion d'événements sportifs pour plus de deux chaînes en clair du groupe.

- Autres programmes

Pour les séries américaines, les œuvres audiovisuelles patrimoniales EOF, les séries EOF et les programmes de flux, TF1 s'engage à ne pas rediffuser ces programmes sur plus d'une autre chaîne en clair du groupe.

Cet engagement porte sur les programmes qui auront été diffusés sur la chaîne TF1 à compter du 1er janvier 2007 et seront diffusés pendant la durée des engagements : il vise donc les droits de diffusion qui sont d'ores et déjà détenus par le groupe TF1 comme des droits qui seront acquis dans le futur.

Cet engagement inclut les séries américaines, compte tenu de leur effet dynamisant sur l'audience des chaînes. La qualité de ces séries étant très inégale en termes de capacité à réaliser de bons scores d'audience et leur succès auprès du public étant relativement imprévisible, il est centré sur les séries ayant acquis une notoriété par une première diffusion sur TF1 en prime time ou en deuxième partie de soirée, comme Dr House, Esprits criminels, Fringe, Grey's anatomy, Les experts, Life, Lost, Mentalist, ou encore New York unité spéciale.

- ***Ne pas recourir à la promotion croisée***

TF1 s'engage à ne procéder à aucune promotion croisée des programmes des chaînes TMC et NT1 sur la chaîne TF1. Le groupe s'engage également à ne diffuser sur la chaîne TF1 aucun spot publicitaire destiné à promouvoir les programmes des chaînes TMC et NT1.

- ***Maintenir l'indépendance des offres de TF1, d'une part, et de TMC et NT1 d'autre part, sur le marché de la publicité télévisuelle***

Afin de garantir que l'opération ne permette pas au groupe TF1 de soutenir la vente d'espaces publicitaires sur TMC et NT1 en s'appuyant sur sa forte position sur le marché, TF1 s'engage en premier lieu à ne pratiquer aucune forme de couplage, de subordination, d'avantage ou de contrepartie entre les espaces publicitaires de la chaîne TF1 et les espaces publicitaires de la chaîne TMC et de la chaîne NT1.

En second lieu, TF1 s'engage à ce que la commercialisation des espaces publicitaires des chaînes TMC et NT1 soit assurée de façon autonome par une autre société que celle qui gère la régie publicitaire de la chaîne TF1. Seules certaines fonctions de « back office » pourront être mises en commun, les informations sur les clients, les tarifs et les données commerciales ne pouvant en aucun cas être partagées entre TF1 Publicité et la régie autonome.

1Le solde, soit 20 % est détenu par la Principauté de Monaco. Il est rappelé que TF1 détenait déjà depuis 2004 50 % du capital de la société Monte-Carlo Participation qui détenait 80 % du capital de TMC.
2Il s'agit des fictions réalisées pour la télévision (téléfilms et séries).