Décision 19-DCC-157 du 12 août 2019

relative à la création d'une entreprise commune par les sociétés France Télévisions, TF1 et Métropole Télévision

Posted on: 17 septembre 2019 | Secteurs :

PRESSE / MÉDIAS

Présentation de la décision

Résumé

Aux termes de la décision ci-après, l'Autorité a procédé à l'examen de la création, par les groupes France Télévisions (FTV), TF1 et Métropole Télévision (M6), d'une entreprise commune de plein exercice dénommée Salto qui aura pour activité, dans le cadre d'offres payantes, d'une part, la distribution de services de télévision et de médias audiovisuels à la demande et, d'autre part, l'édition d'une offre de vidéo à la demande par abonnement. Ces offres seront diffusées sur l'Internet ouvert (en diffusion « over the top » ou OTT).

Salto et ses sociétés mères seront simultanément actives sur les marchés de l'acquisition de droits de diffusion de contenus audiovisuels (œuvres cinématographiques et audiovisuelles et programmes de flux). Au niveau intermédiaire, les sociétés mères éditent des chaînes de la TNT en clair et, pour TF1 et M6, également des chaînes payantes, que Salto a vocation à reprendre dans le cadre de son activité de distributeur de télévision payante linéaire. Salto pourra en outre reprendre des chaînes tierces, payantes ou de la TNT en clair. Salto sera aussi active sur le marché de la distribution de services de télévision payante, linéaire et non linéaire, marché sur lequel TF1 et M6 sont également présentes. Enfin, Salto commercialisera des données de consommation. Par ailleurs, les sociétés mères sont simultanément présentes sur les marchés de la publicité, marché sur lequel Salto interviendra uniquement en tant qu'acheteuse d'espaces publicitaires.

Dans son analyse concurrentielle, l'Autorité a constaté que l'opération est de nature à renforcer la transparence entre les sociétés mères, ou entre les sociétés mères et Salto, sur les marchés de l'acquisition de droits de diffusion de contenus

audiovisuels et de l'édition et la commercialisation de chaînes de la TNT en clair, et dans une moindre mesure, de chaînes payantes. Compte tenu de la position des sociétés mères sur ces marchés, la transparence résultant de l'opération est de nature à faciliter une coordination entre FTV, TF1 et M6, ainsi qu'entre ces dernières et leur filiale commune. Afin de répondre à cette préoccupation de concurrence, les sociétés mères se sont engagées à mettre en place un ensemble de garanties structurelles, individuelles et collectives, destinées à encadrer les échanges d'informations entre Salto et ses sociétés mères.

S'agissant des marchés amont de l'acquisition de droits de diffusion, l'Autorité a écarté le risque de verrouillage de l'accès aux droits de diffusion non linéaire au détriment des concurrents de Salto, compte tenu de la position limitée des sociétés mères en tant que vendeuses. En revanche, elle a analysé dans quelle mesure les sociétés mères sont susceptibles de verrouiller l'accès aux droits de diffusion non linéaire à travers leurs positions sur les marchés de l'acquisition de droits de diffusion linéaire et de privilégier Salto sur cet aspect. Elle a écarté un tel risque s'agissant des contenus américains et européens, compte tenu du poids limité des sociétés mères et de la présence d'opérateurs concurrents significatifs.

Pour ce qui concerne les contenus d'expression originale française (« EOF ») et les programmes de flux, elle a constaté que les contrats d'achat de droits de diffusion linéaire intégraient des clauses contractuelles (clauses dites de holdback et droits de priorité et de préemption) qui sont de nature à rendre l'achat de droits de diffusion non linéaire par les concurrents de Salto plus complexe. Elle a également mis en évidence un risque que les sociétés mères mettent en œuvre une stratégie de couplage de leurs achats de droits de diffusion linéaire et non linéaire afin de favoriser l'accès de Salto à des droits de diffusion non linéaire, stratégie qui aurait été préjudiciable tant aux concurrents de Salto qu'aux ayants droit.

Pour remédier aux risques concurrentiels identifiés sur les marchés amont de l'acquisition de droits de diffusion de contenus EOF et de programmes de flux, les sociétés mères se sont engagées à limiter les possibilités d'achats couplés de droits de diffusion linéaire et non linéaire, lorsque ces derniers ont vocation à être rétrocédés à Salto. Par ailleurs, les engagements proposés encadrent les conditions d'approvisionnement de Salto à un double titre. D'une part, ils prévoient une limitation de son approvisionnement en contenus exclusifs directement auprès de ses sociétés mères. D'autre part, ils restreignent les possibilités pour Salto d'acquérir des droits de diffusion non linéaire à titre exclusif à la suite de la levée, par l'une de ses sociétés mères, d'une clause de holdback et ils interdisent l'exercice, par Salto, de droits de priorité ou de préemption contenus dans les contrats d'achat de TF1, FTV et M6.

S'agissant des marchés intermédiaires de l'édition et de la commercialisation de chaînes, l'Autorité a écarté tout problème pour ce qui concerne les chaînes

payantes, compte tenu de la faible position des sociétés mères sur ce marché. Elle a en revanche analysé les effets de l'opération sur un éventuel marché de l'édition et de la commercialisation de chaînes de la TNT en clair. Sur ce marché, elle a constaté que les chaînes éditées par les sociétés mères, ainsi que leurs services et fonctionnalités associés, constituaient des intrants incontournables pour permettre aux opérateurs de proposer une offre sur le marché aval de la distribution de services de télévision payante. L'Autorité a considéré que, sur ce marché, les sociétés mères pourraient avoir la capacité et l'incitation d'empêcher les distributeurs concurrents de Salto d'accéder, au moins partiellement, à leurs chaînes et services et fonctionnalités associés.

Afin de résoudre ces préoccupations de concurrence, les sociétés mères se sont engagées à ce que Salto ne puisse pas contracter d'exclusivité de distribution de chaînes de la TNT en clair, tant pour leurs propres services que pour les services édités par des tiers. Afin de maintenir les incitations de Salto à innover et de lui permettre de se différencier, les engagements prévoient toutefois la possibilité pour Salto de bénéficier d'une exclusivité temporaire pour des services et fonctionnalités associés, dès lors qu'ils reposeraient sur une innovation qu'elle a initialement proposée et développée. Les sociétés mères de Salto se sont également engagées à proposer à tout distributeur tiers la distribution de leurs chaînes de la TNT en clair et de leurs services et fonctionnalités associés, à des conditions techniques, commerciales et financières transparentes, objectives et non discriminatoires. Enfin, pour s'assurer de l'absence de discrimination tarifaire au bénéfice de Salto, les engagements prévoient un mécanisme de fixation de la rémunération due par Salto à ses sociétés mères par deux experts indépendants.

S'agissant des marchés aval de la distribution de services de télévision payante, au vu du statut de nouvel entrant de Salto, de la concurrence à laquelle elle sera confrontée et des engagements proposés par les sociétés mères sur le marché de l'édition et de la commercialisation de chaînes de la TNT en clair, l'Autorité a écarté tout problème de concurrence, à l'exception du risque de promotion croisée entre les chaînes de la TNT en clair des sociétés mères et l'activité de distributeur de services de télévision payante de Salto. Les sociétés mères ont proposé un engagement répondant à cette préoccupation, qui encadre les possibilités de promotion croisée entre leurs propres services de télévision et la plateforme Salto.

S'agissant des marchés de la publicité, l'Autorité a écarté tout risque horizontal puisque, d'une part, Salto ne sera pas offreuse sur ce marché et, d'autre part, l'opération n'est pas susceptible de conduire à une coordination des sociétés mères sur ces marchés, compte tenu notamment des conditions de fonctionnement du processus de négociation sur le marché de la publicité télévisuelle. En revanche, Salto étant susceptible d'acheter des espaces publicitaires auprès de ses sociétés mères, ces dernières se sont engagées à contracter avec leur filiale commune sur la base de conditions générales de vente, et dans des conditions objectives et non

discriminatoires. Tout risque d'effet anticoncurrentiel sur ces marchés peut donc être écarté.

Au total, après avoir pris en compte l'avis émis le 17 juillet 2019 par le CSA sur l'opération, les réponses formulées lors du test de marché réalisé sur les engagements ainsi que les observations formulées par différentes entreprises, et au vu des engagements qui conditionnent sa décision, l'Autorité a approuvé l'opération notifiée.

Informations sur la décision

Type d'opération	Création d'entreprise commune
Dispositif(s)	Autorisation avec remèdes
Décision de phase	Phase 1
Décision simplifiée	Non
Entreprise(s) ou organisme(s) concerné(s)	FTV, M6 et TF1 Salto

---

Suivi des remèdes

- Coordonnées du mandataire :

  Accuracy - Elyse Salzmann et Jérémie Israel
  Email : elyse.salzmann@accuracy.com

Lire

Le texte intégral
908.13 Ko

L'agrément de mandataires
38.61 Ko

L'agrément expert Sorgem
42.44 Ko

L'agrément expert Advolis Bruxelles
40.09 Ko

La lettre portant réexamen des engagements
311.67 Ko

La lettre de levée des engagements et de fin de mandat
218.11 Ko

Les engagements
686.45 Ko

Le communiqué de presse / press release