TF1/M6 : l'Autorité de la concurrence prend acte de la décision de Bouygues de retirer son projet d'acquisition

Publié le 16 septembre 2022

L'Autorité de la concurrence (ci-après l' « Autorité ») prend acte de l'annonce faite ce jour, par Bouygues de retirer son projet d'acquisition du contrôle exclusif du groupe Métropole Télévision. Cette décision met fin à la procédure engagée devant l'Autorité.

L'opération aurait notamment conduit à la réunion, au sein du même groupe, de sept chaînes de la TNT en clair : TF1, M6, TMC, W9, Gulli, LCI et TF1 Séries Films (les chaînes TFX et 6ter avaient vocation à être cédées au groupe Altice afin de répondre au dispositif anti-concentration prévu par la loi n° 86-1067 relative à la liberté de communication [1], tandis que les parties avaient l'intention de renoncer à la licence TNT de la chaîne Paris Première pour répondre au même dispositif).

Le groupe Bouygues, après une phase de pré-notification, avait notifié à l'Autorité de la concurrence le 17 février 2022 son projet d'acquisition. L'Autorité avait décidé le 18 mars 2022 d'ouvrir une phase d'examen approfondi.

Au terme d'une analyse minutieuse et de grande ampleur auprès des parties, de leurs fournisseurs, leurs concurrents et leurs clients sur les différents marchés concernés par l'opération [2], l'Autorité a confirmé le constat qu'elle a fait ces dernières années dans le cadre de son activité consultative [3] et dans sa pratique décisionnelle en matière de concentrations [4], selon lequel le secteur audiovisuel fait face à de profondes mutations, marquées notamment par une modification des usages des consommateurs et par l'essor des services de vidéo à la demande par abonnement (VàDA).

La question du marché pertinent

Pour autant, à l'issue de l'examen approfondi, l'Autorité relève que la télévision reste un média très puissant auprès de la population française dans son ensemble, mais aussi des personnes âgées de 25 à 49 ans, qui constituent la principale cible commerciale des annonceurs.

Surtout, elle considère que le développement des services de VàDA ne permet pas, à un horizon prévisible, de remettre en cause cette puissance dans la mesure où ces derniers ont vocation à rester des modèles payants, contrairement aux services édités par les parties, et qu'ils reposent avant tout sur une promesse de consommation individualisée, qui n'est pas propice à une diffusion d'annonces publicitaires de manière simultanée auprès de l'ensemble des utilisateurs.

Dans ce contexte, l'opération aurait pu engendrer des risques concurrentiels majeurs notamment sur les marchés de la publicité télévisuelle et de la distribution de services de télévision.

Les problèmes de concurrence identifiés

Le groupe Bouygues a proposé en cours d'instruction des engagements portant sur (i) les marchés de la publicité télévisée et radiophonique, (ii) le marché de l'acquisition de droits de diffusion de films EOF et (iii) les marchés de la distribution.

Benoît Cœuré, président de l'Autorité, résume ainsi les principales conséquences possibles de l'opération :

« *Les usages audiovisuels continuent de connaître des mutations profondes depuis l'avis rendu par l'Autorité en 2019, qui affectent le secteur de la publicité télévisée. Toutefois, l'évolution des usages constatée à l'issue de l'examen approfondi de la présente opération ne permet pas de considérer que la publicité télévisée et la publicité en ligne sont suffisamment substituables du point de vue des annonceurs. Dès lors, il n'apparaît pas justifié de les intégrer au sein d'un marché unique.*

L'arrivée prochaine, annoncée pour la fin de l'année 2022, d'offres hybrides payantes intégrant de la publicité par certaines plateformes de vidéo à la demande

par abonnement ne remet pas en cause cette réalité du fonctionnement du marché dans la mesure où la publicité sur les services de VàDA devrait continuer à relever très majoritairement de la publicité ciblée.

Dans ce contexte, la puissance de marché des groupes TF1 et M6 réunis, qui sont, aujourd'hui, les deux plus proches concurrents sur le marché de la publicité télévisé, fait naître un fort risque de hausse des prix des espaces de publicité vendus par les parties au détriment des annonceurs et des consommateurs.

En outre, en raison du caractère incontournable ensemble des chaînes des groupes TF1 et M6, la nouvelle entité disposera d'un pouvoir de négociation accru vis-à-vis de ses distributeurs, tels que les fournisseurs d'accès à Internet, ce qui aurait entrainé un risque de hausse de sa rémunération.

La proposition d'engagements comportait notamment une séparation des régies publicitaires des chaînes TF1 et M6. Les incitations de ces régies à se faire concurrence auraient toutefois été limitées par le contrôle que Bouygues aurait exercé sur elles. Le risque de hausse de prix n'aurait donc pas pu être écarté. »

Le collège de l'Autorité s'est réuni en formation plénière les 5 et 6 septembre derniers afin d'entendre les parties, mais également différents acteurs majeurs des marchés concernés. Les échanges ont porté tant sur les problèmes de concurrence identifiés par les services d'instruction que sur les engagements proposés par la partie notifiante. À la suite de cette séance, Bouygues a pris la décision de retirer sa demande d'autorisation.

[1] Voir les décisions n° 22-DCC-126 du 15 juillet 2022 de l'Autorité relative à la prise de contrôle exclusif des sociétés TFX et M6 Génération par le groupe Altice et n° 2022-495 et 2022-496 du 2 septembre 2022 de l'Arcom portant agrément de la modification du contrôle des sociétés M6 Génération et TFX.

[2] Les services d'instruction ont mené une analyse d'une ampleur inégalée pour analyser cette opération :

- des milliers de pages de réponses à des questionnaires, adressés aux parties ainsi qu'à leurs fournisseurs, concurrents et clients sur les différents marchés concernés par l'opération ;
- plus de vingt auditions ;

- plusieurs études économiques, réalisées notamment par le groupe Bouygues et l'Autorité de la concurrence ;
- des échanges avec l'Arcom et l'Arcep, formalisés par deux avis rendus par ces autorités en avril 2022, ainsi qu'avec la CNIL ;
- des discussions informelles avec le CNC et le ministère de la Culture, ainsi qu'avec d'autres autorités européennes de concurrence traitant de cas proches.

[3] Voir l'avis n° 19-A-04 du 21 février 2019 relatif à une demande d'avis de la commission des Affaires culturelles et de l'Éducation de l'Assemblée nationale dans le secteur de l'audiovisuel.

[4] Voir par exemple la décision n° 19-DCC-157 du 12 août 2019 relative à la création d'une entreprise commune par les sociétés France Télévisions, TF1 et Métropole Télévision.

Contact(s)

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

Maxence Lepinoy
Chargé de communication, responsable des relations avec les médias
06 21 91 77 11
Contacter par mail