

Autorité  
de la concurrence



**Décision n° 09-DCC-35 du 6 août 2009  
relative à la prise de contrôle exclusif  
de la société Cinq sur Cinq par la société SFR**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé au service des concentrations le 06 juillet 2009 et déclaré complet le 06 juillet 2009, relatif à l'acquisition du contrôle exclusif de la société Cinq sur Cinq par la société SFR via la Compagnie d'Investissements Diversifiés, formalisée par un protocole de cession, en date du 02 juillet 2009 ;

Vu le livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-7 ;

Vu les éléments complémentaires transmis par les parties au cours de l'instruction ;

Adopte la décision suivante :

## **I. Les entreprises concernées et l'opération**

1. SFR est une société anonyme, active dans le secteur de la téléphonie mobile en France. Depuis l'acquisition de Télé 2 France, en juillet 2007, et de Neuf Cegetel, au début de l'année 2008, SFR exerce également une activité dans les secteurs de la téléphonie fixe, de l'accès à Internet et de la télévision payante.
2. SFR détient par ailleurs une participation contrôlante de 49 % dans la société SFD, active dans le secteur de la distribution de produits et de services de téléphonie mobile par l'intermédiaire d'un réseau de points de vente sous enseigne « Espace SFR ». SFR détient, en outre, [ $<50$ ] % du capital de la Compagnie d'Investissements Diversifiés (ci-après « CID »), véhicule d'acquisition de l'opération notifiée, le reste du capital étant détenu par les sociétés Somart ([ $>40$ ] %) et Bayernfinanz GmbH ([ $<20$ ] %). En l'absence de pacte d'actionnaire, SFR, qui détient deux des trois sièges que compte le conseil d'administration dont les décisions sont prises à la majorité, contrôle seul la CID. SFR détient enfin, via la CID, 38 % du capital de la société Cinq sur Cinq.
3. SFR est contrôlée conjointement par les groupes Vivendi et Vodafone qui détiennent respectivement 56 % et 44 % de son capital. Le groupe Vivendi exerce ses principales

activités dans les secteurs de la musique (avec Universal Music Group et la société BMG Music Publishing<sup>1</sup>), de la télévision payante et du cinéma (Groupe Canal +), de la communication électronique (SFR et Maroc Télécom) et des jeux vidéo en ligne et pour consoles (Activision Blizzard). Le groupe Vodafone est quant à lui actif dans le secteur de la téléphonie mobile et des télécommunications dans un ensemble de pays dont la France ne fait pas partie.

4. S'agissant du chiffre d'affaires qu'il convient d'attribuer à l'acquéreur, au titre de l'entreprise concernée, la Commission européenne a relevé, à l'occasion de l'acquisition de Télé 2 par SFR<sup>2</sup>, que Vodafone dispose uniquement d'un droit limité à la gestion des activités de téléphonie mobile de SFR. Or, depuis l'opération précitée, à laquelle il convient d'ajouter l'acquisition de la société Neuf Cegetel, SFR est désormais active dans les secteurs de la téléphonie fixe, de l'Internet et de la télévision payante. La Commission, ainsi que le ministre de l'économie<sup>3</sup>, ont donc considéré que, dans la mesure où le droit de gestion, énuméré à l'article 5 paragraphe 4 point b) du règlement (CE) n°139/2004, ne s'étendait pas, dans le cas de Vodafone, à l'ensemble des activités de SFR, son chiffre d'affaires ne doit pas être pris en compte pour déterminer si les seuils de contrôle prévus par le code de commerce sont atteints. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette analyse à l'occasion de l'examen de la présente opération.
5. Le chiffre d'affaire total mondial hors taxes réalisé par le groupe Vivendi en 2008, dernier exercice clos, s'élève à 25 392 millions d'euros, dont 15 755 millions d'euros dans la Communauté européenne et 13 403 millions en France.
6. La société Cinq sur Cinq (ci-après « 5/5 ») est une société anonyme principalement active dans le secteur de la distribution de produits et de services de téléphonie mobile et, plus accessoirement, de l'accès à Internet haut débit. Elle exploite un réseau de [200-300] boutiques, dont [200-300] boutiques grand public et [0-100] agences entreprises, implantées sur l'ensemble du territoire national. La majorité des boutiques ([100-200] boutiques) de 5/5 est exploitée sous l'enseigne « Espace SFR », une partie plus restreinte ([0-100] boutiques) distribue ses produits sous enseigne « Powerstore » et une minorité ([0-100] boutiques) est exploitée sous des enseignes diverses. La société 5/5 est détenue à [>50] % par la famille Violas et à [<50] % par SFR via la CID.
7. Le conseil d'administration de 5/5 est composé de trois membres dont un représentant la société SFR. Bien que les décisions dudit conseil soient prises selon la règle de la majorité, SFR dispose d'un droit de veto portant sur le budget annuel. Sont notamment concernées les décisions portant sur le nombre de points de vente du réseau 5/5 ainsi que sur les dépenses prévues pour les actions promotionnelles. Par ailleurs, le droit de veto détenu par SFR peut également s'exercer s'agissant des « *conventions commerciales ou financières* » conclu par 5/5 avec un opérateur cellulaire. Ainsi, SFR est en mesure de bloquer toute convention permettant à 5/5 de distribuer des services d'opérateurs mobiles concurrents (tels que, par exemple, des abonnements Orange ou Bouygues Telecom).
8. Il ressort de ce qui précède que SFR détient un droit de veto portant sur des décisions stratégiques et excédant les droits normalement consentis aux actionnaires minoritaires pour protéger leurs intérêts financiers. Avant l'opération, SFR, tel que l'avait suggéré le ministre

---

<sup>1</sup> Opération Universal/BMG Music Publishing n°COMP/M.4404 autorisée par la Commission européenne le 22 mai 2007.

<sup>2</sup> Opération SFR/Télé 2 n°COMP/M.4504 autorisée par la Commission européenne le 18 juillet 2007.

<sup>3</sup> Voir les opérations SFR-Somart/Débitel autorisée par lettre du ministre le 23 novembre 2007 et SFR/Neuf Cegetel autorisée par lettre du ministre le 15 avril 2008.

lors de l'acquisition de la société Débitel<sup>4</sup>, contrôlait donc déjà conjointement avec la famille Violas, la société 5/5.

9. Le chiffre d'affaires total hors taxes réalisé par 5/5 en 2008, dernier exercice clos, s'élève à 305 millions d'euros, réalisé exclusivement en France.

\* \* \*

10. L'opération consiste en l'acquisition par SFR, via la société CID, de 62 % du capital de la société 5/5, jusqu'alors détenus par la famille Violas. En ce qu'elle se traduit par le passage d'un contrôle conjoint à un contrôle exclusif de la société 5/5 par SFR, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
11. Vivendi et 5/5 réalisant chacune plus des deux tiers de leur chiffre d'affaires communautaire en France, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils mentionnés par l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. La présente opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

## **II. Délimitation des marchés pertinents**

### **A. LES MARCHÉS DE SERVICES ET PRODUITS**

12. Les parties exercent leur activité dans le secteur des communications électroniques. Les autorités de concurrence, aussi bien communautaire que nationale, distinguent notamment, au sein de celui-ci, les activités de téléphonie mobile et l'accès Internet à haut débit.
13. Par ailleurs, les parties sont simultanément actives, principalement *via* la vente de « packs » incluant un abonnement Internet ADSL et/ou 3G/3G+ ainsi qu'un « Netbook » (petit ordinateur portable), dans le secteur du commerce de détail de produits électrodomestiques. Cependant, compte tenu du poids extrêmement marginal de cette activité, aussi bien pour 5/5 ([0 – 2] % de son chiffre d'affaires) que pour SFR, ainsi que du très faible nombre de produits ainsi vendus, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur ces marchés.

#### **1. LE SECTEUR DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE**

##### **a) Le marché de détail de services de téléphonie mobile**

14. Sur ce marché, comme l'ont précédemment relevé les autorités de concurrence nationales<sup>5</sup>, les opérateurs de téléphonie mobile disposant d'une licence d'exploitation et d'un réseau, ou « Mobile Networks Operators » (MNO) et les opérateurs virtuels ou « Mobile Virtual Network Operators » (MVNO) sont en concurrence pour la fourniture de services de téléphonie mobile aux consommateurs finals, qu'ils s'agissent de particuliers ou de professionnels.

---

<sup>4</sup> Opération SFR-Somart/Débitel précitée.

<sup>5</sup> Opération SFR-Somart/Débitel précitée.

15. Dans sa pratique décisionnelle, le Conseil de la concurrence distingue le marché de services de téléphonie mobile du marché de services de téléphonie fixe, en indiquant toutefois que « *la frontière entre les services de téléphonie mobile et les services de téléphonie fixe devient de plus en plus poreuse, d'une part, du fait du développement d'offres de convergence, d'autre part, en raison du lancement d'offres purement mobiles concurrençant directement les offres fixes*<sup>6</sup> ». De même, dans sa décision relative à l'offre 'Unik' de France Télécom, l'Autorité de la concurrence a relevé « *les interactions de plus en plus étroites entre les marchés de téléphonie fixe et mobile*<sup>7</sup> ». En l'espèce, l'analyse sera menée sur un marché limité à la vente au détail de services de téléphonie mobile.
16. Par ailleurs, il n'a pas été jugé pertinent par les autorités de concurrence de segmenter plus finement le marché selon le type de consommateurs (entreprises/ particuliers) ou d'offres (abonnement prépayé/ abonnement postpayé)<sup>8</sup>.

#### **b) Le marché de la distribution de produits et de services de téléphonie mobile**

17. La pratique décisionnelle<sup>9</sup> considère un marché global de la distribution de produits et services de téléphonie mobile qui regroupe la vente de temps de communication, de combinés de téléphonie mobile et d'autres services aux consommateurs finals.
18. Sur ce marché, les distributeurs sont soit « monomarques » (distribution des offres d'un seul opérateur) soit « multimarques » (distribution des offres de plusieurs opérateurs) avec un degré de spécialisation plus ou moins important. Les différents canaux de distribution peuvent être présentés selon la typologie suivante :
  - réseaux intégrés des opérateurs de téléphonie mobile (agences France Télécom ; certains Espaces SFR et Clubs Bouygues Télécom) ;
  - réseaux monomarques spécialisés liés, sans être intégrés, aux opérateurs de téléphonie mobile par un partenariat exclusif ou quasi-exclusif ;
  - réseaux multimarques spécialisés, qu'il s'agisse de spécialistes télécom ou de grandes surfaces spécialisées (tels que notamment The Phone House, FNAC, Darty), intégrés ou non à des groupes de distribution ;
  - réseaux multimarques généralistes (grandes surfaces alimentaires (ci-après « GSA »)) ;
  - réseaux de vente à distance (Internet, vente par téléphone, vente directe) ; les distributeurs ici regroupés peuvent être monomarques ou multimarques et présentent un degré de spécialisation plus ou moins élevé. Il convient de relever que les MNO et les MVNO disposent de leurs propres sites Internet et plateformes téléphoniques.

---

<sup>6</sup> Avis du Conseil de la concurrence n° 07-A-05 du 19 juin 2007 relatif à une demande d'avis de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) dans le cadre de la procédure d'analyse du marché de gros de la terminaison d'appel vocal sur les réseaux mobiles.

<sup>7</sup> Décision de l'Autorité de la concurrence n° 09-D-15 du 2 avril 2009 relative à une demande de mesures conservatoires présentée par la société SFR concernant diverses pratiques mises en œuvre par le groupe France Télécom sur les marchés de la téléphonie mobile et de l'Internet haut débit (offre 'Unik').

<sup>8</sup> Voir notamment l'opération T-Mobile Austria/Telering n°COMP/M.3916 autorisée par la Commission européenne le 26 avril 2006 ainsi que l'opération SFR-Somart/Débitel précitée.

<sup>9</sup> Voir notamment l'opération Mannesmann/Orange n°COMP/M.1760 autorisée par la Commission le 20 décembre 1999 ainsi que les opérations France Telecom/Compagnie Européenne de Téléphonie autorisée par lettre du ministre du 4 janvier 2008 et SFR-Somart/Débitel et précitée.

19. Cependant, il n'a pas été jugé pertinent par la pratique décisionnelle antérieure de subdiviser le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile, en fonction du canal de distribution.
20. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.

## **2. LE SECTEUR DE L'ACCÈS INTERNET HAUT DÉBIT**

### **a) Le marché de la fourniture d'accès à Internet haut débit**

21. Les autorités de concurrence distinguent<sup>10</sup> le marché de la fourniture d'accès à Internet bas débit du marché de la fourniture d'accès à Internet haut débit.
22. S'agissant du marché de la fourniture d'accès à Internet haut débit, le Conseil de la concurrence a estimé, tout en laissant la question ouverte, qu'il n'était pas exclu « *qu'il existe un marché de l'accès haut débit aux offres multiservices des opérateurs ADSL, constitué par les offres combinant un accès haut débit à Internet, des services de téléphonie et de télévision sur IP, et incluant sans doute dans un futur proche la téléphonie mobile*<sup>11</sup> ».
23. Enfin, les autorités de concurrence ont distingué<sup>12</sup> les offres d'accès Internet haut débit destinées à une clientèle résidentielle de celles destinées à une clientèle professionnelle.
24. Au cas d'espèce, eu égard à la nature des offres distribuées par les boutiques du réseau 5/5, l'analyse portera uniquement sur le marché de la fourniture d'accès Internet haut débit à destination de la clientèle résidentielle.

### **b) Le marché de la distribution au détail de l'accès Internet à destination de la clientèle résidentielle**

25. Selon la pratique décisionnelle nationale<sup>13</sup>, la typologie des canaux de distribution des offres haut débit multiservices est similaire à celle des canaux de distribution des produits et services de téléphonie mobile, présentée ci-dessus.
26. Toutefois, la répartition entre ces différents canaux de distribution des ventes d'abonnements haut débit multiservices est différente de celle des services de téléphonie mobile. En effet, une part significative des ventes d'abonnements est réalisée à distance, certaines offres n'étant disponibles que sur Internet ou par téléphone (telles que notamment les offres de Free).
27. En tout état de cause, en l'absence de problème concurrentiel, la question de la délimitation exacte du marché de la distribution au détail de l'accès Internet à destination de la clientèle résidentielle peut être laissée ouverte.

---

<sup>10</sup> Voir notamment les opérations Neuf Telecom/Cegetel autorisée par lettre du ministre le 24 juin 2005, Neuf Cegetel/AOL autorisée par lettre du ministre le 26 octobre 2006, France Telecom/Compagnie Européenne de Téléphonie précitée ainsi que la décision du Conseil de la concurrence n° 07-D-33 du 15 octobre 2007 relative à des pratiques mises en œuvre par la société France Télécom dans le secteur de l'accès à Internet à haut débit.

<sup>11</sup> Décision du Conseil de la concurrence n° 08-D-10 du 7 mai 2008 relative à des pratiques mises en œuvre par les sociétés France Télécom et France Télévisions dans le secteur de la télévision de rattrapage.

<sup>12</sup> Voir notamment l'opération Telecom Italia / AOL German Access Business n°COMP/M.4417 autorisée par la Commission européenne le 28 novembre 2006 ainsi que l'opération SFR/Neuf Cegetel précitée.

<sup>13</sup> Voir notamment l'opération France Telecom/Compagnie Européenne de Téléphonie précitée.

## **B. LES MARCHÉS GEOGRAPHIQUES**

### **1. LE SECTEUR DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE**

#### **a) Le marché de détail de services de téléphonie mobile**

28. Selon la pratique décisionnelle<sup>14</sup>, le marché de détail de la téléphonie mobile doit être circonscrit à la France métropolitaine, les départements d'outre-mer et les collectivités territoriales de Mayotte et Saint-Pierre-et-Miquelon possédant des particularités qui amènent à les distinguer de la métropole (éloignement géographique et isolement des îles ; caractéristiques météorologiques, environnementales et sociologiques ; pénétration et démarrage spécifiques de l'activité mobile ; cadre réglementaire en matière d'octroi de licences d'autorisation des fréquences GSM,...).
29. Les parties notifiantes ajoutent à l'appui de cette délimitation que les opérateurs de téléphonie mobile sont actifs dans toutes les régions métropolitaines et s'adressent à tous les consommateurs selon une politique tarifaire et commerciale généralement fixée au niveau national.
30. Au cas d'espèce, l'analyse sera menée au niveau de la France métropolitaine.

#### **b) Le marché de la distribution de produits et de services de téléphonie mobile**

31. Dans ses décisions *SFR-Somart/Débitel* et *France Telecom/Compagnie Européenne de Téléphonie* précitées, le ministre a relevé un certain nombre d'éléments confirmant la pertinence d'une délimitation infranationale du marché de la distribution de produits et de services de téléphonie mobile, sans toutefois trancher définitivement la question.
32. En conséquence, dans le prolongement de la pratique décisionnelle nationale, l'analyse sera menée aussi bien au niveau national que local, dans les zones de chalandise où il existe simultanément des agences SFR et des boutiques 5/5.
33. Toutefois, il n'est pas nécessaire de conclure sur la délimitation géographique pertinente dans la mesure où, quelle que soit la zone retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurent inchangées.

### **2. LE SECTEUR DE L'ACCÈS INTERNET HAUT DÉBIT**

#### **a) Le marché de la fourniture d'accès à Internet haut débit**

34. Dans le cadre de l'opération précitée *France Telecom/Compagnie Européenne de Téléphonie*, le ministre a estimé que la concurrence sur les marchés de la fourniture d'accès à Internet s'exerçait sur l'ensemble du territoire national.
35. Il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation à l'occasion de l'examen de la présente opération.

---

<sup>14</sup> Voir notamment l'opération *T-Mobile/Orange Netherlands n°COMP/M.4748* autorisée par la Commission le 20 août 2007 et l'opération *France Telecom/Compagnie Européenne de Téléphonie* précitée.

## **b) Le marché de la distribution au détail de l'accès Internet à destination de la clientèle résidentielle**

36. Les parties considèrent, conformément à la pratique décisionnelle<sup>15</sup>, que ce marché est de dimension nationale, les offres étant proposées à des conditions identiques sur l'ensemble du territoire français et selon une politique tarifaire et commerciale fixée au niveau national, sans aucune marge de manœuvre pour les différents distributeurs.
37. En tout état de cause, en l'absence de problèmes concurrentiels, la question de la délimitation exacte du marché géographique de la distribution au détail de l'accès Internet à destination de la clientèle résidentielle peut être laissée ouverte.

## **III. Analyse concurrentielle**

38. Au regard des activités exercées par les parties, la présente opération emporte des chevauchements horizontaux sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile ainsi que sur le marché de la distribution au détail de l'accès Internet à destination des particuliers. Il convient également d'examiner les risques d'effets verticaux emportés par l'opération compte tenu de la présence de SFR sur les marchés situés en amont, à savoir le marché de détail de la téléphonie mobile et le marché de la fourniture d'accès Internet haut débit aux particuliers.

### **A. LES EFFETS HORIZONTAUX**

#### **1. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET DE SERVICES DE TÉLÉPHONIE MOBILE**

##### **a) Au niveau national**

39. S'agissant du calcul des parts de marché, la pratique décisionnelle retient comme indicateur, pour l'année concernée, le rapport entre les ventes brutes<sup>16</sup> de téléphonie mobile réalisées par les parties et le total des ventes brutes enregistré par l'Autorité de Régulation des Communications Electroniques et des Postes (ci-après « ARCEP »).
40. Sur un total de 15 949 500 ventes brutes enregistrées par l'ARCEP tous opérateurs confondus en 2008, les ventes réalisées par le réseau SFR se subdivisent de la façon suivante :
  - [...] ventes brutes réalisées *via* la vente directe et le site Internet de SFR, soit environ [0-5] % de part de marché pour ce canal de distribution ;

---

<sup>15</sup> Voir l'opération France Telecom/Compagnie Européenne de Téléphonie précitée.

<sup>16</sup> Selon l'ARCEP, « les ventes brutes sont définies comme les clients de l'opérateur en fin de trimestre dont l'enregistrement au HLR a eu lieu au cours du trimestre. Elles excluent en particulier les migrations : la migration prépayé vers post-payé correspond au cas du client qui demande au cours du trimestre à son opérateur de substituer son offre prépayé en vigueur en début de trimestre par une offre post-payé ; inversement, la migration post-payé vers prépayé correspond au cas du client qui demande au cours du trimestre à son opérateur de substituer son offre post-payé en vigueur en début de trimestre par une offre prépayé » (le Suivi des Indicateurs Mobiles – les chiffres au 31 mars 2009).

- [...] ventes brutes réalisées *via* des Espaces SFR détenus par SFD (elle-même contrôlée par SFR), soit une part de marché de [0-10] % pour ce canal de distribution.
41. Ainsi, sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile, la part de marché détenue par SFR *via* son réseau intégré représentait, en 2008, environ [0–10] %.
  42. Pour sa part, la société 5/5 a réalisé, *via* les boutiques qu'elle contrôle, [...] ventes brutes, soit une part de marché de [0-10] %.
  43. A l'issue de la présente opération, la part de marché de SFR, s'agissant de la distribution de produits et services de téléphonie mobile, sera donc de [10-15] %.
  44. Les parties n'ont pu estimer les parts de marché de leurs principaux concurrents en termes de ventes brutes. Toutefois, il apparaît que le réseau intégré de SFR, qui sera composé, à l'issue de l'opération projetée, de [500-1000] points de vente, restera confronté à la concurrence des réseaux Orange ([1000-1500] points de ventes dont environs [500-1000] sont intégrés) et Bouygues Télécom ([500-1000] points de vente dont plus de [0-500] sont intégrés). La nouvelle entité devra également faire face à la concurrence de distributeurs multimarques qu'il s'agisse de spécialistes télécom ou de généralistes et dont le nombre de points de vente est supérieur, selon les estimations des parties, à 5 000.
  45. Par ailleurs, il convient de préciser que, quelque soit l'enseigne sous laquelle les boutiques du réseau 5/5 distribuent leurs produits (« Espace SFR », « Powerstore » ou autres), plus de [80-100] % de leur chiffre d'affaires est constitué d'offres SFR. Par conséquent, l'opération n'est pas susceptible de modifier significativement la dynamique concurrentielle sur le marché de la distribution de produits et de services de téléphonie mobile, par un accroissement des ventes de produits SFR *via* le réseau 5/5.

#### **b) Au niveau local**

46. S'agissant du calcul des parts de marché au niveau local, la pratique décisionnelle retient comme indicateur, le rapport entre le nombre de points de vente contrôlés par les parties et le nombre total de points de vente présents dans la commune considérée.
47. Ainsi calculées, les parts de marché de la nouvelle entité demeureront inférieures à [20-30] % pour 42 des 55 communes concernées et dans lesquelles les parties sont simultanément présentes. Dans chacune des 42 zones ainsi définies, SFR restera confronté à la concurrence de distributeurs aussi bien monomarques que multimarques, intégrés ou indépendants.
48. Dans les 13 communes restantes, la part de marché de SFR à l'issue de l'opération sera comprise entre [20-30] % et [30-40] %. Celle-ci devra par ailleurs faire face à la concurrence de distributeurs monomarques Orange et Bouygues Télécom ainsi qu'à celle de distributeurs multimarques spécialistes télécom ou généralistes (grandes surfaces spécialisée ou GSA).
49. Compte tenu de ce qui précède, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution de produits et de services de téléphonie mobile que ce soit au niveau national ou local.

## **2. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION AU DÉTAIL DE L'ACCÈS INTERNET À DESTINATION DE LA CLIENTÈLE RÉSIDENNELLE**

50. Dans le prolongement de la pratique décisionnelle nationale, les parties ont estimé leur part de marché en prenant pour base l'évolution du nombre total d'abonnements haut débit sur



l'année 2008. Ainsi calculée, la part de marché en vente nette de SFR, avec [...] recrutements, s'élève à [10-20] %, celle d'Orange avec [...] recrutements s'élève en vente nette à [40-60] % et celle d'Iliad (Free) à [10-30] %, avec [...] recrutements.

51. Faute de données nationales sur les ventes brutes d'abonnements haut débit, les parties n'ont pu estimer la part de marché des boutiques du réseau 5/5 s'agissant de la distribution au détail de l'accès Internet à destination de la clientèle résidentielle. Elles ont toutefois indiqué que sur l'année 2008, les points de vente 5/5 ont réalisé [...] ventes brutes d'abonnements ADSL SFR, soit moins de [0-10] % du total des ventes brutes comptabilisées par SFR cette même année.
52. Il peut être ajouté qu'au 31 mars 2009, SFR totalisait 4,042 millions de clients haut débit sur un total parc de 18,35 millions, soit une part de marché d'environ 22 % tous canaux confondus (source ARCEP). Sur les 4.042 millions de clients SFR, environ [...] ont souscrit un abonnement ADSL dans une boutique contrôlée par 5/5, soit moins de [0-10] % du total des abonnés haut débit SFR et moins de [0-5] % du total des abonnés Internet haut débit.
53. Par ailleurs, les parties notifiantes soulignent qu'une part significative d'actes commerciaux est réalisée par l'intermédiaire d'Internet.
54. Au vu de ce qui précède, l'opération n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence sur le marché de la distribution au détail de l'accès Internet à destination de la clientèle résidentielle.

## **B. LES EFFETS VERTICAUX**

### **1. EN CE QUI CONCERNE LE SECTEUR DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE**

55. S'agissant de l'intégration, par un opérateur de téléphonie mobile, d'une activité de distribution située en aval, il convient d'évaluer la probabilité que l'opération ait des effets sur la capacité des distributeurs concurrents des points de vente 5/5 à proposer des offres de services de téléphonie mobile (risque de verrouillage des intrants) ou sur l'accès des opérateurs concurrents de SFR à un réseau de distribution (risque de verrouillage de la clientèle).
56. Sur le premier point, le risque de verrouillage des intrants ne concerne que les distributeurs multimarques. Pour eux, l'importance de l'approvisionnement en services de téléphonie SFR est significative puisque la part de marché de l'opérateur sur le marché amont était de [30-40] % en volume en 2008. Ses principaux concurrents, Orange et Bouygues, détiennent respectivement des parts de marché (en volume) d'environ [40-50] % et [10-20] %.
57. Comme l'a souligné le ministre dans sa décision *France Telecom/Compagnie Européenne de Téléphonie* précitée, les points de vente multimarques sont privilégiés par les consommateurs lorsque ces derniers souhaitent changer d'opérateur ou souscrire un nouvel abonnement. En effet, la distribution multimarque leur offre, en un même lieu, la possibilité de comparer les offres de différents opérateurs. Cette caractéristique des points de vente multimarques profite aux opérateurs car elle permet d'atteindre des consommateurs souhaitant disposer d'un choix plus large que les offres d'un seul opérateur. La présence en points de vente multimarques constitue donc un élément important de la stratégie commerciale des opérateurs de téléphonie mobile. De fait, les ventes de SFR chez les distributeurs multimarques (spécialistes télécom ou généralistes) représentaient en 2008 une part importante de ses ventes, soit environ [30-40] %.

58. La prise de contrôle exclusive par SFR des points de vente de 5/5 n'est pas de nature à modifier cette stratégie en incitant SFR à privilégier son réseau de distribution monomarque et à restreindre l'approvisionnement des réseaux multimarques, dans la mesure où d'une part, ces points de vente n'étaient pas multimarques, plus de [90-100] % de leur chiffre d'affaires étant constitué d'offre SFR, et où, d'autre part, ils ne représentent que [0-10]% du marché de la distribution au détail de services de téléphonie mobiles et moins de [0-10]% des ventes de services SFR.
59. De la même façon, l'opération n'est pas de nature à restreindre l'accès à la clientèle des opérateurs concurrents de SFR. D'une part, ces points de vente ne distribuaient pas, avant l'opération, d'offres concurrentes, et d'autre part, ils ne représentent que [0-10]% du marché de la distribution au détail de services de téléphonie mobiles.
60. Compte tenu de ce qui précède, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence dans le secteur de la téléphonie mobile par le biais d'effets verticaux.

## **2. LE SECTEUR DE L'ACCÈS INTERNET HAUT DÉBIT**

61. Sur le marché amont de la fourniture d'accès à Internet haut débit, la part de marché de SFR, fin mars 2009, s'élevait à [20-30] % tous canaux confondus. Ses principaux concurrents, à savoir Orange et Iliad (Free), détenaient respectivement des parts de marché estimées à [40-50] % et [20-30] %.
62. Parmi les ventes d'accès à Internet haut débit SFR, effectuées dans les réseaux physiques, la contribution de 5/5 est estimée à moins de [0-10] %. Par conséquent, et même si cette contribution devait croître à l'avenir, SFR ne sera pas en mesure et n'aurait aucun intérêt à privilégier les boutiques 5/5 par rapport à ses autres distributeurs.
63. Par ailleurs, préalablement à l'opération, 5/5 n'était le distributeur d'aucun fournisseur d'accès Internet concurrent de SFR. Le risque d'éviction des autres opérateurs pour l'accès à un réseau de distribution peut donc être écarté.
64. Compte tenu de ce qui précède, l'opération notifiée n'est pas susceptible de porter atteinte à la concurrence dans le secteur de l'accès à Internet haut débit par le biais d'effets verticaux.

## **DECIDE**

**Article unique** : L'opération notifiée sur le numéro 09-0050 est autorisée.

Le vice-président,

Patrick Spilliaert