

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 11-DCC-07 du 28 janvier 2011
relative à la création d'une entreprise commune de plein exercice par
La Poste et SFR**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 27 décembre 2010, relatif à la création d'une entreprise commune de plein exercice par SF 12, filiale du groupe La Poste, et SFR, formalisée par un accord de principe en date du 22 décembre 2010 ;

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

1. SF 12 est une société par actions simplifiée, filiale à 100 % du groupe La Poste, lui-même entièrement contrôlé par l'Etat français¹. L'activité de la Poste s'articule autour de quatre pôles principaux : le courrier qui regroupe le service universel du courrier, l'intégration de solutions courrier pour les entreprises et la logistique de la presse (53,8 % du chiffre d'affaires du groupe) ; le colis-express qui correspond aux services de livraison rapide de colis en France, grâce aux filiales Coliposte, Chronopost et Exapaq, et dans le monde, avec la filiale Geopost (21,7 % de son chiffre d'affaires) ; la Banque Postale qui regroupe les services de banque et d'assurance pour les particuliers et les entreprises (24,3 % de son chiffre d'affaires) ; et enfin un quatrième pôle constitué par l'enseigne La Poste qui commercialise auprès du grand public des produits et services, notamment des produits de téléphonie mobile, par l'intermédiaire de 17 107 points de contact en France (0,2 % de son chiffre d'affaires).

¹ Née en 1991 de la scission des PTT en deux exploitants autonomes de droit public, La Poste revêt le statut de société anonyme depuis le 1^{er} mars 2010. Par un accord conclu le 18 octobre 2010, la Caisse des Dépôts et Consignations devrait prochainement entrer dans le capital de la Poste.

2. La Société Française du Radiotéléphone (ci-après « SFR »), société anonyme de droit français, est principalement active dans le secteur de la téléphonie mobile, avec plus de 20 millions de clients, de l'internet haut débit, de la téléphonie fixe et de la télévision payante.
3. Par ailleurs, par l'intermédiaire de la société Compagnie d'Investissements Diversifiés (ci-après « CID »), SFR contrôle la société Débitel France SA², opérateur mobile virtuel (ci-après « MVNO ») dont l'activité consiste en la vente de services de téléphonie mobile, notamment sous la marque Simplicime, et qui compte aujourd'hui environ 250 000 clients.
4. SFR est contrôlée conjointement par les groupes Vivendi et Vodafone qui détiennent respectivement 56 % et 44 % de son capital. Le groupe Vivendi est principalement présent dans les secteurs de la télévision, notamment par l'intermédiaire du groupe Canal+, du cinéma, de la musique (avec Universal Music group), des jeux interactifs (avec Activision Blizzard) et des télécommunications mobiles et fixes, notamment au Maroc avec le groupe Maroc Telecom et au Brésil avec GVT. 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.

II. L'opération

5. Les sociétés SF 12 et SFR se sont engagées, selon l'accord de principe intervenu le 22 décembre 2010, à créer une entreprise commune dénommée La Poste Telecom qui sera active sur le marché de détail de la téléphonie mobile en France en tant que MVNO et qui proposera, à destination des particuliers et des professionnels, un ensemble de services de téléphonie mobile sous sa propre marque.
6. L'opération envisagée s'articule en deux étapes. Dans un premier temps, une nouvelle société au nom de la Poste Telecom sera créée, sous la forme d'une société par actions simplifiée, dont le capital sera réparti entre SF 12 (51 %) et SFR (49 %). Dans un second temps, cette nouvelle société procédera à l'acquisition de la totalité des titres de Débitel France SA (hors activités conservées par SFR).
7. Conformément aux différents projets de contrats, il est prévu que l'entreprise commune dispose de ses propres ressources humaines, les effectifs de la société Débitel en charge de la commercialisation de l'offre Simplicime devant être transférés à la nouvelle entité. La Poste Telecom disposera également de moyens techniques, grâce à la signature d'un contrat de MVNO d'une durée de 5 ans ayant pour objet la fourniture par SFR de services de communications électroniques du type mobile en gros, et de moyens financiers (avec un chiffre d'affaires prévisionnel de [...] millions d'euros en 2011 et [...] millions d'euros en 2012). Enfin, il est prévu la signature entre la Poste et la nouvelle entité d'un contrat de service en vertu duquel la première distribuera les produits de la seconde en qualité de courtier. Les contrats d'abonnement et de services de téléphonie mobile seront conclus directement entre les clients et La Poste Telecom. La Poste encaissera le montant des ventes au nom et pour le compte de la Poste Telecom dans le cadre d'un mandat de facturation et d'encaissement puis reversera les sommes encaissées à la Poste Telecom. Dès lors l'entreprise

² Voir la lettre du ministre n°C2007-150 du 23 novembre 2007 autorisant le rachat par SFR de Débitel et la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-35 du 6 août 2009 démontrant que SFR détient désormais le contrôle exclusif de CID, cette dernière détenant elle-même 100 % du capital de Débitel France SA.

commune disposera de ressources suffisantes lui permettant de fonctionner sur le marché de manière autonome et durable et peut être ainsi qualifiée d'entreprise commune de plein exercice.

8. La Poste Telecom comportera un comité stratégique et financier qui comprendra 7 membres dont 4 membres seront nommés sur proposition de la Poste et 3 membres sur proposition de SFR. Les décisions importantes, notamment celles relatives à l'approbation des plans annuels, plans d'activité périodiques, plans d'investissements et plans budgétaires, devront être prises par ce comité à la majorité d'au moins 5 membres, ce qui confère un droit de veto à SFR. En cas de situation de blocage, le pacte d'actionnaires prévoit une procédure destinée à dénouer la situation, procédure qui permet, de manière ultime, à La Poste d'adopter seule les décisions importantes par le biais d'une majorité réduite à 4 voix. Cependant la pertinence et l'efficacité de cette voix prépondérante apparaissent limitées dans la mesure où elle ne peut intervenir qu'à l'issue d'une longue procédure d'arbitrage et de tentative de conciliation. Par ailleurs, SFR dispose d'un droit de veto sur tout projet d'engagement dans une nouvelle activité et de développement de l'activité existante au-delà de ses limites géographiques actuelles, sur la cession de tout ou partie de la base clients de la Poste Telecom et ainsi que sur toute modification ou ajustement du plan d'affaires durant les trois premières années à compter du lancement de l'activité. En outre, SFR détient, en vertu des statuts de l'entreprise commune, d'un droit de préemption sur les titres détenus par La Poste en cas de volonté de celle-ci de quitter La Poste Telecom. Enfin, le rôle de prêteur de SFR, sa position de fournisseur exclusif de services de communications électroniques mobiles en gros dans le cadre d'un contrat de MVNO d'une durée de 5 ans et sa qualité de spécialiste du secteur lui permettant d'assurer un rôle de conseil allant au-delà du rôle classique de l'actionnaire minoritaire conduisent à renforcer son influence déterminante sur la société commune. Dès lors, celle-ci sera contrôlée conjointement par SFR et La Poste et l'opération notifiée constitue bien une concentration au sens de l'article L.430-1 du code de commerce.
9. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaires total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (groupe La Poste : 20,5 milliards d'euros pour 2009 ; groupe SFR (y compris Vivendi)³ : 27,1 milliards d'euros pour la même période). Deux au moins de ces entreprises réalisent en France un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (groupe La Poste : [...] milliards d'euros pour 2009 ; groupe SFR : 16,9 milliards d'euros pour la même année). Par ailleurs, avec un chiffre d'affaires total dans la Communauté de 19,9 milliards d'euros, le groupe SFR réalise plus des deux tiers de son chiffre d'affaires dans la Communauté à l'intérieur d'un seul et même Etat membre, comme c'est le cas pour le groupe La Poste. Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne revêt pas une dimension communautaire. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

³ S'agissant du chiffre d'affaires qu'il convient d'attribuer au groupe SFR, au titre de l'entreprise concernée, la Commission européenne a relevé, à l'occasion de l'acquisition de Télé 2 par SFR (décision n° COMP/M.4504), 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, 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. Lors de la décision n°09-DCC-35 du 6 août 2009, l'Autorité de la concurrence a confirmé cette analyse. En l'absence d'éléments nouveaux relatifs au contrôle de SFR depuis cette dernière décision, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette analyse à l'occasion de l'examen de la présente opération.

III. Délimitation des marchés pertinents

10. L'entreprise commune aura pour seul objet de développer une activité dans le domaine de la téléphonie mobile en proposant, à destination des particuliers et des professionnels, des produits et services de téléphonie mobile (vente de cartes prépayées, d'abonnements, de combinés de téléphonie mobile) sous sa propre marque, à l'exclusion de tous produits ou services de la marque SFR. Les sociétés mères étant simultanément actives dans ce même et seul secteur, l'analyse concurrentielle relative à la présente opération concernera donc les seuls marchés de la téléphonie mobile.

A. LES MARCHES DE PRODUITS ET SERVICES

11. Conformément à la pratique des autorités nationales de concurrence⁴, le secteur de la téléphonie mobile peut être segmenté en trois marchés distincts : en amont, le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux téléphoniques mobiles ; au stade intermédiaire, le marché de détail de la téléphonie mobile ; en aval, le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile.

1. LE MARCHÉ DE GROS DE L'ACCÈS ET DU DÉPART D'APPEL SUR LES RÉSEAUX TÉLÉPHONIQUES MOBILES

12. Le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles regroupe « *les prestations qui sont fournies par un opérateur de réseau mobile à un acteur ne disposant pas d'une autorisation d'utilisation de fréquences pour la zone considérée en vue de permettre à ce dernier de fournir au détail un ensemble de services d'accès et de départ d'appel mobile pertinents* ».
13. Ainsi, sur ce marché déjà défini par les autorités de concurrence nationales⁵, se rencontrent une offre proposée par les opérateurs de réseaux mobiles hôtes disposant d'une licence d'exploitation et d'un réseau mobile *ad hoc* (MNO⁶), et une demande constituée par les opérateurs virtuels (ou MVNO⁷) qui s'approvisionnent en temps de communication. Il s'agit d'un marché caractérisé par la conclusion de contrats de gré à gré, suite à des négociations sur les tarifs et les services proposés par les MNO au futur MVNO utilisateur de son réseau.

⁴ Voir par exemple la lettre du ministre n°C2007-150 du 23 novembre 2007 aux conseils des sociétés SFR et Somart ; la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-65 du 30 novembre 2009.

⁵ Voir la lettre du ministre n°C2007-150 et la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-65 précitées.

⁶ MNO : Mobile Network Operator.

⁷ MVNO : Mobile Virtual Network Operator.

2. LE MARCHÉ DE DÉTAIL DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

14. La pratique décisionnelle communautaire⁸ et nationale⁹ a défini de façon constante le marché de détail de la téléphonie mobile comme étant celui sur lequel se rencontrent, d'une part, une offre constituée des MNO et MVNO qui sont en concurrence pour la fourniture de services de téléphonie mobile et, d'autre part, une demande constituée des consommateurs finaux, qu'il s'agisse de particuliers ou de professionnels.
15. Les autorités de concurrence ont par ailleurs considéré, à plusieurs reprises, qu'il n'était pas pertinent de subdiviser davantage le marché des clients finaux en fonction de critères, tels que la clientèle professionnelle ou privée, les clients contractuels et prépayés, ou selon la technologie employée c'est-à-dire les réseaux 2G/GSM et 3G/UMTS¹⁰.
16. Depuis quelques mois cependant, de nouvelles offres se développent, ayant pour point commun de permettre un accès à Internet en mobilité et notamment au Web et aux services de messagerie (mail). À ce stade, trois catégories d'offres peuvent être considérées :
 - les offres de clé 3G dans lesquelles sont placées des cartes SIM UMTS, qui offrent aux ordinateurs sur lesquels elles sont connectées une liaison permanente à Internet sur les réseaux mobile ; ces offres ne permettent pas, en général, d'établir des communications vocales en GSM ou en UMTS, mais éventuellement en téléphonie sur IP (via un client SIP) selon que les restrictions d'usage prévues dans les contrats le permettent ou non ;
 - les offres à destination des tablettes connectées, qui, de la même manière que les clés 3G, fournissent une liaison permanente à Internet sur les réseaux mobile, et ne permettent pas à ce stade d'établir des communications vocales en GSM ou en UMTS, mais éventuellement en IP ;
 - et enfin, les offres commercialisées avec des smartphones, qui fournissent, à côté des services habituels de téléphonie mobile (communications vocales, SMS, MMS), un accès permanent à Internet.
17. Une analyse succincte de substituabilité du côté de la demande montre que si les deux premières catégories d'offres pourraient être considérées comme appartenant au même marché, puisqu'elles délivrent les mêmes services et que seul le terminal dans lequel les cartes SIM sont introduites conditionne les usages, la troisième catégorie d'offres se distingue des deux premières dans la mesure où elle permet d'établir des communications vocales en GSM ou en UMTS. Cette dernière catégorie semble ainsi se situer entre les offres standard de téléphonie mobile (voix, SMS et MMS), qui ne fournissent pas d'accès permanent à Internet, et les offres ne permettant qu'un accès à Internet.
18. Il ressort donc de cette analyse succincte que la délimitation du marché de détail de la téléphonie mobile pourrait conduire à retenir trois marchés distincts : celui des offres standard de téléphonie mobile, celui des offres limitées à un accès permanent à Internet, enfin celui des offres mixtes permettant à la fois d'établir des communications vocales et un accès permanent à Internet. Chacun de ces segments pourrait en outre être segmenté en deux marchés distincts en fonction des catégories de clientèle (grand public et entreprises) au regard des différences de prix et des modes de commercialisation.

⁸ Voir notamment les décisions de la Commission européenne n°COMP/M.3916 T-Mobile Austria/Tele.ring du 26 avril 2006 et n°COMP/M.5650 T-Mobile/Orange du 1^{er} mars 2010.

⁹ Voir notamment la lettre du ministre n°C2007-150 et la décision de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-65 précitées

¹⁰ Voir les décisions de la Commission n°COMP/M.3916, n°COMP/M.5650 et la décision de l'Autorité n°09-DCC-65 précitées.

19. Toutefois, au cas d'espèce, dans la mesure où, quelle que soit la définition de marché retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées, la question de la délimitation exacte de ce marché peut être laissée ouverte.

3. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES DE TÉLÉPHONIE MOBILE

20. La pratique décisionnelle¹¹ a défini 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 finaux.
21. Sur ce marché, les distributeurs sont soit « *monomarkes* » (distribution des offres d'un seul opérateur) soit « *multimarkes* » (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 monomarkes spécialisés liés, sans être intégrés, aux opérateurs de téléphonie mobile par un partenariat exclusif ou quasi-exclusif ;
 - réseaux multimarkes 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 multimarkes généralistes (grandes surfaces alimentaires) ;
 - réseaux de vente à distance (Internet, vente par téléphone, vente directe) ; les distributeurs ici regroupés peuvent être monomarkes ou multimarkes 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.
22. Malgré ces différents canaux de distribution, la pratique décisionnelle n'a pas estimé pertinent de segmenter le marché global de la distribution de produits et services de téléphonie mobile.
23. Il n'y a pas lieu, à l'occasion de l'examen de la présente opération, de remettre en cause cette délimitation du marché.

B. LES MARCHES GEOGRAPHIQUES

1. LE MARCHÉ DE GROS DE L'ACCÈS ET DU DÉPART D'APPEL SUR LES RÉSEAUX TÉLÉPHONIQUES MOBILES

24. Les autorités de concurrence tant communautaire que nationales¹² ont considéré que le marché de gros de l'accès et du départ sur les réseaux téléphoniques mobiles avait une dimension nationale métropolitaine en raison du caractère homogène des services proposés, de la similarité des acteurs (clients et concurrents) et de l'uniformité des politiques tarifaires et de commercialisation sur l'ensemble du territoire national métropolitain.

¹¹ Voir notamment la décision de l'Autorité n°09-DCC-35 du 6 août 2009.

¹² Voir la décision de la Commission n°COMP/M.3916 précitée, la lettre du ministre n°C2007-150 précitée, les décisions de l'Autorité n°09-DCC-35 et n°09-DCC-65 précitées.

25. Au cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause cette délimitation géographique du marché.

2. LE MARCHÉ DE DÉTAIL DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

26. Alors que la Commission européenne a considéré que le marché de détail de la téléphonie mobile était de dimension nationale¹³, la pratique décisionnelle nationale¹⁴ a précisé que celui-ci devait 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, etc.).
27. Au cas d'espèce, la société Débitel n'étant active que sur le territoire de la métropole, ce qui sera également le cas de la Poste Télécom, l'analyse concurrentielle sera alors circonscrite à cette zone.

3. LE MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE PRODUITS ET SERVICES DE TÉLÉPHONIE MOBILE

28. D'une manière générale, en ce qui concerne les marchés de la distribution de biens ou de services, tels que ceux de la distribution alimentaire, des concessions automobiles ou des services de la banque de détail, la pratique décisionnelle estime que les marchés sont de dimension locale, avec des zones de chalandise plus ou moins étendues¹⁵.
29. En ce qui concerne le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile, la pratique décisionnelle a également envisagé, tout en laissant la question ouverte, de retenir une définition locale compte tenu notamment du fait que les opérateurs de téléphonie mobile développent constamment leur propre réseau de distribution¹⁶, avec une volonté de maîtriser davantage la distribution de leurs produits et services.
30. Au cas d'espèce, dans la mesure où, quelle que soit la définition de marché retenue, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeureront inchangées, la question de la délimitation exacte de ce marché géographique peut être laissée ouverte.

¹³ Voir la décision de la Commission n°COMP/M.3916 précitée

¹⁴ Voir par exemple la lettre du ministre n°C2007-150 précitée, les décisions de l'Autorité n°09-DCC-35 et n°09-DCC-65 précitées.

¹⁵ Voir par exemple les décisions de l'Autorité n°10-DCC-43 du 25 mai 2010 relative à la distribution alimentaire, n°10-DCC-80 du 26 juillet 2010 relative à la distribution de véhicules automobiles, n°10-DCC-116 du 10 septembre 2010 relative à la distribution de services de la banque de détail ou de la banque commerciale.

¹⁶ Voir par exemple l'acquisition de points de vente par SFR en 2009, dans le cadre de la prise de contrôle exclusif de la société Cinq sur Cinq ayant abouti à la décision de l'Autorité n°09-DCC-35 du 6 août 2009.

IV. L'analyse concurrentielle

31. L'opération consiste en la création d'un nouvel entrant MVNO, La Poste Telecom, sur le marché de détail de la téléphonie mobile qui absorbera Débitel, MVNO actuellement détenu par le groupe SFR. Les offres de la nouvelle entité seront commercialisées grâce au réseau de points de vente de La Poste. Cette dernière, qui distribue aujourd'hui, pour le compte de plusieurs opérateurs¹⁷, des produits de téléphonie mobile, tels que des cartes, packs et kits Sim prépayés ainsi que leurs recharges, à l'exclusion de toute offre commerciale post-payée, mettra fin, après la création de l'entreprise commune, à cette activité de distribution de produits de téléphonie mobile, à l'exception des recharges prépayées des différents opérateurs concurrents et des produits et services de La Poste Telecom.

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

32. La création d'une entreprise commune peut entraîner des effets horizontaux lorsque les maisons mères étant simultanément présentes sur un même marché, elles transfèrent tout ou partie de cette activité à cette filiale.
33. Ce n'est pas le cas en l'espèce. En effet, seule SFR exerce une activité sur le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles. De la même façon, seule SFR est présente sur le marché de détail de la téléphonie mobile et si cet opérateur transfèrera à la Poste Telecom, dans le cadre de l'opération, l'activité actuellement exercée par Débitel sur ce marché, ce transfert n'entraînera aucun cumul avec une activité précédemment exercée par La Poste.
34. Enfin, en ce qui concerne le marché de la distribution des produits et services de téléphonie mobile, comme La Poste et SFR n'apportent pas leur activité de distribution à La Poste Télécom, l'opération n'emporte aucun cumul d'activité. En effet la commercialisation des produits et services de La Poste Télécom sera assurée par le réseau de distribution de sa société mère La Poste.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

35. S'agissant des effets verticaux, ceux-ci sont étudiés lorsque l'entreprise commune sera présente sur des marchés situés en amont ou en aval de ceux sur lesquels opèrent une ou les deux maisons mères.
36. En l'espèce, La Poste Telecom interviendra en tant qu'acheteur sur le marché de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles sur lequel SFR détient une part de marché estimée à [20-30] % en 2009. L'opération n'emporte cependant aucun effet de verrouillage de l'accès des concurrents de SFR à cet acheteur dans la mesure où Débitel s'approvisionnait déjà auprès de sa maison mère SFR. En tout état de cause, la part de marché de Débitel sur le marché de détail de la téléphonie mobile est limitée à moins de [0-5] %. Par ailleurs, les concurrents MVNO de La Poste Telecom sur le marché de détail de la téléphonie mobile,

¹⁷ Par exemple Orange, SFR, Bouygues Telecom, NRJ Mobile, Virgin Mobile, Carrefour Mobile, Auchan Mobile.

notamment ceux pour lesquels SFR est actuellement le fournisseur de réseau¹⁸, disposent de suffisamment d'alternatives pour qu'un risque de verrouillage des intrants constitué par l'accès et le départ d'appel sur les réseaux mobiles puisse être écarté. En effet, non seulement Orange et Bouygues Télécom sont présents comme fournisseurs sur ce marché amont (en particulier Orange avec une part de marché de 62 %) mais de plus Free Mobile, nouvel entrant prochain sur le marché comme quatrième opérateur de réseau, s'est engagé, auprès de l'ARCEP, à accueillir, dans la limite de quatre, des MVNO sur son réseau 3G déployé en propre¹⁹. Le groupe SFR a par ailleurs respecté son engagement, souscrit dans le cadre de l'opération SFR/neuf Cegetel²⁰, de proposer une offre publique permettant l'accueil effectif d'un nouveau MVNO sur son propre réseau.

37. Les deux maisons mère sont également présentes sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile situé en aval de celui sur lequel La Poste Telecom exercera son activité. Il est prévu, dans le cadre de l'opération, que les services de La Poste Telecom seront distribués dans les agences de La Poste, à l'exclusion d'autres services de téléphonie mobile hormis les recharges prépayées.
38. Cependant, si le groupe La Poste commercialise, depuis l'année 2000, des recharges de téléphonie mobile de différents opérateurs (par exemple Orange, SFR, Bouygues Telecom, Carrefour Mobile, etc.), son offre est très faible sur les autres types de produits et services de téléphonie mobile. A partir de 2007, il a élargi son offre commerciale en distribuant également des packs téléphoniques et des kits SIM prépayés de plusieurs opérateurs concurrents. A l'occasion du dernier exercice clos le 31 décembre 2009, le chiffre d'affaire du groupe La Poste sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile s'est élevé à [...] millions d'euros, dont plus de [>90]% dans la vente de recharges téléphoniques ([...] millions d'euros). Or, dans la mesure où les packs et les kits SIM prépayés sont les seuls produits commercialisés par le groupe La Poste qui font l'objet d'un enregistrement auprès de l'ARCEP, la part de celui-ci sur le marché des ventes brutes, de l'ordre de [0-5] %, est peu représentative de la réalité de son activité. Aussi les parties notifiantes ont-elles communiqué une estimation de la part de La Poste sur le seul segment de marché des recharges téléphoniques. Or, avec la vente d'environ [...] millions d'unités en 2009, La Poste a réalisé seulement [0-5] % du marché des recharges téléphoniques. Dès lors, quel que soit le mode de calcul de la position du groupe La Poste sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile, celle-ci demeure très faible, en tout état de cause inférieure à [0-5]%. L'accès des concurrents de La Poste Télécom sur le marché des services de téléphonie mobile à la clientèle n'est donc pas susceptible d'être verrouillé du fait de l'opération.
39. Par ailleurs, du fait de la faible part de marché des activités de téléphonie mobile transférées à la filiale commune, l'opération ne peut avoir d'effet sur l'accès des distributeurs aux intrants.

C. ANALYSE DU RISQUE DE COORDINATION DES SOCIÉTÉS MÈRES

40. La création d'une entreprise commune est également susceptible d'inciter les maisons mères à coordonner leurs activités sur les marchés sur lesquels elles restent simultanément présentes.

¹⁸ Les 6 MVNO dont SFR est actuellement le fournisseur de réseau : Afone, Auchan Télécom, Coriolis Télécom, NRJ Mobile, Prixtel et IC Télécom, ces deux derniers ayant début respectivement leur activité en avril et juin 2010.

¹⁹ Voir la décision de l'ARCEP n°2009-1067

²⁰ Voir la lettre du ministre C2007-181 du 15 avril 2008 aux conseils de la société SFR.

En l'espèce, La Poste et SFR seront toutes les deux actives sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile.

41. Conformément à la pratique décisionnelle de la Commission européenne, reprise par les autorités de concurrence nationales²¹, un tel risque est probable lorsque les trois conditions cumulatives suivantes sont réunies : le risque de coordination doit avoir un lien de causalité direct avec la création de l'entreprise commune, la coordination doit être suffisamment vraisemblable et la coordination doit avoir un effet sensible sur la concurrence.
42. Le Conseil de la concurrence a considéré, dans l'avis n° 07-A-09 précité qu'une telle coordination peut être envisagée de façon plus évidente si les maisons-mères et la filiale commune restent présentes sur les mêmes marchés mais qu'elle ne peut être exclue a priori lorsque les maisons-mères sont actives sur un marché distinct de celui de leur filiale commune, mais qui présente avec celui-ci des liens de connexité.
43. Au cas d'espèce, le marché de détail de la téléphonie mobile sur lequel est présente l'entreprise commune est situé en amont de celui de la distribution des produits et services de téléphonie mobile sur lequel les deux sociétés mères sont actives, les risques de coordination du comportement de ces deux dernières sur celui-ci sont à analyser.
44. SFR et La Poste occupent cependant une faible position sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile. Les parts de marché de La Poste ont été estimées ci-dessus à moins de [0-5] % et, sur un total de 17,4 millions de ventes brutes en France métropolitaine en 2009, les ventes brutes réalisées par les points de vente contrôlés par SFR se sont élevées à environ [...] millions, soit une part de [10-20] % du marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile.
45. Sur ce marché, les sociétés mères resteront confrontées à la concurrence de nombreux acteurs puissants, tels que les opérateurs téléphoniques concurrents (Orange, Bouygues télécom qui disposent tous deux de nombreux points de vente en France), les réseaux multimarques spécialisés (FNAC, Darty, Boulanger, etc.), les grandes surfaces généralistes (les enseignes Carrefour, Auchan, Leclerc, etc.) et même, en ce qui concerne les recharges téléphoniques, les bureaux de tabac. Le maintien d'une pression concurrentielle importante sur l'ensemble du territoire national rendra sans effet toute éventuelle coordination des comportements des sociétés mères.
46. De plus, il convient de rappeler que, suite à la création de la société commune, La Poste mettra fin à son activité de distribution de packs et kits SIM prépayés et conservera uniquement, outre la distribution des futures offres de la Poste Telecom, l'activité de vente de recharges téléphoniques qui constitue la quasi-totalité de son activité actuelle sur le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile. En tout état de cause, son activité sur ce dernier marché ne participe que très marginalement à son chiffre d'affaires global, eu égard au poids assuré par son activité dans le secteur du courrier, des colis ou de la Banque Postale (ces trois derniers secteurs représentant plus de 99 % de l'activité du groupe). Parallèlement, l'activité de vente d'offres prépayées, dont une partie seulement correspond à la vente de recharges téléphoniques, représente moins de 10 % du chiffre d'affaires de téléphonie mobile de SFR.
47. Dès lors, compte tenu de leur dissymétrie en termes d'activités principales et du caractère peu homogène de leurs produits (part respective de l'activité de vente des recharges téléphoniques), SFR et La Poste n'auraient aucun intérêt réciproque à se coordonner sur ce

²¹ Voir l'avis du Conseil de la concurrence n°07-A-09 du 2 août 2007, les décisions du ministre de l'économie n°C2007-27 du 28 août 2007 et C2006-45 du 10 août 2006, la décision de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-119 du 17 septembre 2010

marché, tant à un niveau national que local et ce, quelles que soient les positions respectives des sociétés mères sur chaque zone de chalandise.

48. En conséquence, l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'une coordination des comportements de SFR et La Poste.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 10-0186 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence