

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 12-DCC-95 du 17 juillet 2012
relative à la prise de contrôle exclusif de Darty Télécom par le Groupe
Bouygues**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 12 juin 2012, relatif à la prise de contrôle exclusif de la société Darty Télécom par la société Bouygues Télécom, formalisée par un contrat de cession en date du 2 mai 2012 ;

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. Bouygues Télécom est une société anonyme de droit français détenue à 89,5 % par le Groupe Bouygues qui la contrôle, et à 10,5 % par JC Decaux SA. Le Groupe Bouygues est présent dans la construction (BTP, immobilier et route), dans les médias et les télécoms. Ses principaux actionnaires sont, d'une part, SCDM, holding de MM. Martin et Olivier Bouygues (21,1 % du capital et 29,6 % des droits de vote) et, d'autre part, les collaborateurs du Groupe. La filiale Bouygues Télécom est active dans le secteur des communications électroniques (téléphonie mobile et offres d'accès à Internet multiservices haut et très haut débit).
2. Darty Télécom est une société en nom collectif, filiale à 100 % de la société Etablissements Darty et Fils (ci-après « Darty »), elle-même détenue à 100 % par le groupe Kesa Electricals plc. Créé en 2005, Darty Télécom est un opérateur de communications électroniques, déclaré en tant que tel auprès de l'ARCEP, qui ne dispose d'aucun réseau de communications électroniques mais fournit des services de communications électroniques, des offres fixes (offres d'accès à Internet multiservices haut et très haut débit) ainsi que des offres de téléphonie mobile.

3. Selon les termes d'un contrat de cession en date du 2 mai 2012 conclu entre Darty et Bouygues Télécom, Darty doit céder à Bouygues Télécom [...] actions représentant 100 % moins une action du capital de Darty Télécom, Darty conservant l'action résiduelle.
4. En application du pacte d'actionnaires conclu entre Darty et Bouygues Télécom en date du 2 mai 2012 et des statuts de Darty Télécom, tels qu'ils ressortent du projet de révision transmis à l'Autorité, Darty aura la faculté de nommer [Confidentiel] membres du comité de pilotage de Darty Télécom en charge de la politique stratégique et commerciale de la société. [Confidentiel], Darty ne disposera pas d'un droit de veto au sein du comité de pilotage au sein duquel les décisions seront prises à la majorité simple. [Confidentiel].
5. [Confidentiel].
6. Au regard de ce qui précède, l'opération notifiée se traduit par la prise de contrôle exclusif de Darty Télécom par le groupe Bouygues et constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce. Les entreprises concernées ont réalisé ensemble un chiffre d'affaires hors taxes consolidé sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros au dernier exercice clos (Bouygues* : 32,706 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2011 ; Darty Télécom : [...] millions d'euros à l'exercice clos le 30 avril 2011). Chacune de ces entreprises a réalisé, en France, un chiffre d'affaires supérieur à 50 millions d'euros (Bouygues* : 22,601 milliards d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2011 ; Darty Télécom : [...] millions d'euros à l'exercice clos le 30 avril 2011). 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.

II. Délimitation des marchés pertinents

7. Darty Télécom et Bouygues Télécom sont simultanément présents dans le secteur des communications électroniques au sein duquel les autorités de concurrence distinguent, outre la téléphonie fixe, les activités de téléphonie mobile et de fourniture d'accès à Internet.

A. LES MARCHÉS DE PRODUITS ET SERVICES

1. LE SECTEUR DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

8. Conformément à la pratique des autorités nationales de concurrence, le secteur de la téléphonie mobile comprend plusieurs marchés distincts. En l'espèce, les deux marchés potentiellement impactés par la présente opération sont les marchés de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles, ainsi que le marché de détail de la téléphonie mobile.

* Erreur matérielle rectifiée.

a) Le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux téléphoniques mobiles

9. 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* ».
10. Ainsi, sur ce marché déjà défini par les autorités de concurrence nationales¹, 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* (MNO²), et une demande constituée par les opérateurs virtuels (ou MVNO³) 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.
11. La partie notifiante considère par ailleurs qu'il conviendrait d'inclure dans ce marché les prestations d'itinérance nationale fournies par des MNO à d'autres MNO ayant besoin de compléter la couverture de leur propre réseau.
12. Dans le cadre de la présente opération, il n'y a pas lieu de remettre en cause la délimitation envisagée par la pratique décisionnelle, l'analyse demeurant inchangée quelle que soit l'hypothèse retenue. Bouygues Télécom et Darty Télécom n'étant pas présent au même niveau sur ce marché l'analyse concurrentielle portera sur les seuls éventuels effets verticaux de l'opération.

b) Le marché de détail de la téléphonie mobile

13. La pratique décisionnelle communautaire⁴ et nationale⁵ a défini de façon constante le marché de détail de la téléphonie comme étant celui sur lequel se rencontrent, d'une part, une offre (émanant des MNO ou des MVNO) 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.
14. La partie notifiante estime qu'il conviendrait de segmenter le marché selon qu'il s'agit ou non d'une clientèle résidentielle, estimant que certains clients professionnels, notamment les grands comptes, ont des demandes plus élaborées et recherchent des prestations « sur mesure » par le biais d'appels d'offres. Selon la partie notifiante, la plupart des offreurs ont des équipes commerciales dédiées à la seule clientèle professionnelle, d'autres se spécialisent même sur un seul segment de clientèle, à l'instar de la cible de l'opération, Darty Télécom, qui ne s'adresse qu'aux particuliers.
15. A l'occasion de décisions récentes⁶, l'Autorité de la concurrence a également observé que de nouvelles offres se sont développées, ayant pour point commun de permettre un accès à Internet en mobilité et notamment au Web ainsi qu'aux services de messagerie (mail).

¹ Voir la lettre du ministre n°C2007-150 et les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-65 et n°11-DCC-07.

² MNO : Mobile Network Operator.

³ MVNO : Mobile Virtual Network Operator.

⁴ 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.

⁵ Voir notamment la lettre du ministre n°C2007-150 du 23 novembre 2007 ainsi que les décisions de l'Autorité de la concurrence n°09-DCC-65 et n°11-DCC-07.

⁶ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°11-DCC-07 et n°11-DCC-118.

16. Au cas d'espèce, ces questions de délimitations de marché peuvent être laissées ouvertes, l'analyse concurrentielle demeurant inchangée quelles que soient les hypothèses retenues.

2. LE SECTEUR DE L'ACCÈS A INTERNET

17. Dans le secteur de l'accès Internet, la pratique décisionnelle distingue, outre les marchés de gros, les marchés de la fourniture d'accès à Internet des marchés de la distribution au détail de services d'accès Internet. Ce dernier marché n'est pas concerné par l'opération, celle-ci ne portant pas sur le réseau de distribution de Darty qui demeurera un réseau indépendant distribuant les offres de différents opérateurs.
18. Concernant les marchés de gros, la pratique distingue d'une part, le marché de la fourniture en gros d'accès à large bande et d'autre part, le marché de la fourniture d'infrastructures passives. Seul le premier marché est concerné par l'opération.

a) Les marchés de la fourniture en gros d'accès à large bande

19. La fourniture en gros d'accès à large bande comprend essentiellement des services d'accès et de collecte des flux de type DSL⁷ au départ de la boucle de cuivre à laquelle est raccordé l'utilisateur final, flux qui peuvent être livrés en un point ou en plusieurs points de livraison.
20. L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP)⁸ distingue trois types d'offres que la pratique décisionnelle considère comme autant de marchés distincts⁹ : (i) le marché des services de dégroupage, (ii) le marché des services d'accès et de collecte de type DSL livrés en un point de livraison régional et (iii) le marché des services d'accès et de collecte de type DSL livrés en un point de livraison national. Seul ce dernier marché est concerné par l'opération sur lequel s'approvisionnent les opérateurs ne disposant pas d'un réseau de télécommunications, comme Darty Télécom, ainsi que les opérateurs disposant d'un réseau très peu capillaire. A l'occasion d'une précédente décision, l'Autorité avait évoqué la question de l'existence au sein de ce marché d'un segment comprenant les offres « clé en mains » fournies à des « purs distributeurs » (tels Darty, Auchan etc.) tout en constatant que la demande était restée stable, voire s'amenuisait depuis 2006¹⁰. En l'espèce, cette question peut être laissée ouverte.
21. S'agissant respectivement des marchés (ii) et (iii), la partie notifiante estime, en s'appuyant sur une décision de l'ARCEP¹¹, que les offres de services d'accès et de collecte de type DSL sont substituables aux offres d'accès haut débit et très haut débit activées utilisant la fibre optique ou le câble coaxial, et qu'elles appartiennent aux mêmes marchés.

⁷ DSL (Digital Subscribe Line) est une technologie permettant de transmettre des données à hauts débits sur la boucle locale en cuivre du réseau téléphonique traditionnel. La transmission jusqu'à l'abonné s'effectue dans des bandes de fréquences élevées, inutilisées par les services téléphoniques.

⁸ Décision n° 05-0281 de l'ARCEP en date du 28 juillet 2005 portant sur la définition du marché des offres de gros d'accès large bande livrées au niveau national, sur la désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur ce marché et sur les obligations qui lui sont imposées ; décision n° 200-0089 de l'ARCEP en date du 30 janvier 2007 portant sur la levée de la régulation du marché des offres de gros d'accès large bande livrées au niveau national ; Avis du Conseil de la concurrence n° 06-A-21 du 17 novembre 2006 relatif à une demande d'avis de l'ARCEP dans le cadre de la procédure d'analyse du marché des accès large bande livrés au niveau national.

⁹ Voir les décisions de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-182 et n°10-DCC-40.

¹⁰ Voir la décision 10-DCC-40

¹¹ Voir la décision de l'ARCEP n° 2011-0669 du 14 juin 2011 portant sur la définition du marché de gros pertinent des offres d'accès haut débit et très haut débit activées livrées au niveau infranational, sur la désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur ce marché et sur les obligations imposées à cet opérateur sur ce marché

22. Dans son avis à l'ARCEP, l'Autorité de la concurrence¹² envisage la possible substituabilité des services de type DSL avec la technologie de type fibre tout en estimant qu'il est difficile de trancher la question de la substituabilité entre les différentes offres de gros activées. L'Autorité de la concurrence suggère à l'ARCEP de laisser cette question aussi ouverte que possible dans la mesure où elle n'a pas d'implication immédiate dans la régulation envisagée.
23. Au cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations de marché. Bouygues Télécom est un offreur marginal sur le marché des services de collecte de type DSL livrés en un point de livraison national sur lequel Darty Télécom est demandeur.

b) Les marchés de la fourniture d'accès à Internet

24. Selon la pratique décisionnelle des autorités de concurrence¹³, il convient de distinguer le marché de la fourniture d'accès à Internet bas débit (via le réseau téléphonique commuté) et le marché de la fourniture d'accès à Internet haut débit et très haut débit (via les technologies du câble, de l'ADSL et de la fibre). Par ailleurs, les marchés de la fourniture d'accès à Internet peuvent être segmentés selon le type de client (résidentiel/professionnel).
25. En l'espèce, l'opération engendre des chevauchements d'activité sur le seul marché de la fourniture d'accès à Internet haut débit et très haut débit à destination d'une clientèle résidentielle.
26. Ce marché comprend l'ensemble des services haut débit, à savoir, outre l'accès à Internet, les services de voix sur IP, la télévision et la téléphonie fixe. Ces services sont généralement proposés dans le cadre d'une offre « triple-play ». Ces offres évoluent vers des offres dites « quadruple-play » intégrant une offre supplémentaire de téléphonie mobile. Les termes « offres multiservices » ou « offres multiple-play » peuvent également être utilisés pour désigner ce marché. La question d'une segmentation plus fine de ce marché en fonction de chaque type de service peut être posée mais il n'est pas nécessaire de la trancher dans le cadre de la présente décision dans la mesure où elle ne conditionne pas les conclusions de l'analyse.

B. LES MARCHÉS GÉOGRAPHIQUES

1. LE SECTEUR DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

27. S'agissant du marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux téléphoniques mobiles, les autorités de concurrence tant communautaire que nationales¹⁴ ont considéré que ce marché a 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.
28. S'agissant du marché de détail de téléphonie mobile, la Commission européenne a considéré que ce marché était de dimension nationale¹⁵, la pratique décisionnelle nationale¹⁶ a précisé

¹² Voir l'avis de l'Autorité de la concurrence n° 11-A-05 du 8 mars 2011 relatif à une demande d'avis de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes (ARCEP) portant sur le troisième cycle d'analyse des marchés de gros du haut débit et du très haut débit.

¹³ Voir notamment les décisions de l'Autorité de la concurrence n°10-DCC-182 du 13 décembre 2010 et n°09-DCC-35 précitée.

¹⁵ Voir la décision de la Commission n°COMP/M.3916.

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).

29. Au cas d'espèce, il n'y a pas lieu de remettre en cause les délimitations géographiques de ces marchés.

2. LE SECTEUR DE L'ACCÈS À INTERNET

30. S'agissant des marchés de la fourniture en gros d'accès à large bande, les autorités de concurrence ont considéré de manière constante que la dimension géographique de ces marchés est nationale¹⁷. En effet, comme l'a indiqué le ministre, la nature des services proposés est suffisamment homogène quelle que soit la partie du territoire national où l'offre rencontre la demande. De plus, les clients et les concurrents sont les mêmes dans toutes les régions et ne se distinguent qu'en fonction des services offerts.
31. S'agissant de la fourniture d'accès à Internet, la pratique décisionnelle des autorités de concurrence¹⁸ retient traditionnellement une dimension géographique nationale pour ces marchés. En effet, les opérateurs de communications électroniques, qui opèrent sur une base nationale, proposent des offres circonscrites à un territoire national et sont soumis à une réglementation propre à chaque pays.
32. Toutefois l'Autorité de la concurrence a relevé récemment que « *[l]a pression concurrentielle qui s'exerce sur le marché n'est pas homogène sur le territoire* » et que « *les différences de parts de marché observées entre ces zones [i.e. la zone dégroupée et non dégroupée] traduisent la capacité hétérogène de la concurrence à s'y exercer, [...] pourrait justifier la délimitation de deux marchés géographiques distincts* »¹⁹.
33. La partie notifiante considère également que les marchés de la fourniture en gros d'accès à large bande et de la fourniture de détail d'accès à Internet haut débit et très haut débit à destination d'une clientèle résidentielle devraient être segmentés selon que ces prestations sont offertes (i) en zone non dégroupée (ou dégroupée par Free uniquement puisque ce dernier ne propose pas d'offre de gros) ou (ii) sur le reste du territoire où la concurrence s'exerce entre fournisseur d'offres de gros.
34. Au cas d'espèce, ces questions peuvent être laissées ouvertes, les conclusions de l'analyse demeurant inchangées quelles que soient les hypothèses retenues.

¹⁶ 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.

¹⁷ Voir la lettre du ministre C2007-181.

¹⁸ Décision C2007-181 du ministre de l'économie SFR / Neuf Cegetel en date du 15 avril 2008.

¹⁹ Avis n°10-A-13 du 14 juin 2010 relatif à l'utilisation croisée des bases de clientèle.

III. Analyse concurrentielle

A. ANALYSE DES EFFETS HORIZONTAUX

35. Au regard des activités exercées par les parties, l'opération emporte des chevauchements horizontaux sur les marchés de détail de la téléphonie mobile et de la fourniture d'accès à Internet.
36. Sur le marché de détail de la téléphonie mobile, la part de marché de Bouygues Télécom, [10-20] %, sera marginalement renforcée par l'opération, Darty Télécom ne représentant que [0-5] % de part de marché. De puissants opérateurs concurrents (Orange avec [30-40] % de part de marché, SFR avec [30-40] %) continueront d'exercer une pression concurrentielle sur Bouygues Télécom. De plus, l'arrivée récente de Free Mobile sur ce marché est un facteur d'animation de la concurrence.
37. Si l'on envisageait une segmentation par type de clientèle, ainsi que le propose la partie notifiante, l'opération aurait un impact très marginal sur le segment de la clientèle résidentielle à laquelle s'adresse exclusivement la cible. L'addition de part de marché se limiterait alors à [0-5] % et porterait la part de marché de Bouygues Télécom à [10-20] % après l'opération.
38. Sur le marché de la fourniture d'accès à Internet à destination d'une clientèle de particuliers, la part de marché de Bouygues Télécom s'élèvera à [5-10] % après l'opération ([5-10] % pour Bouygues Télécom, [0-5] % pour Darty Télécom). La nouvelle entité restera confrontée à la concurrence d'opérateurs significatifs comme Orange, SFR, Free ou Numéricâble. Faute de données publiques sur le nombre d'abonnés résidentiels de chacun de ces opérateurs concurrents, la partie notifiante a transmis leurs parts de marché sur le marché global de l'accès à Internet, tous segments de clientèle confondus, sur lequel les clients particuliers représentent en moyenne plus de 88 % du nombre total d'abonnés. Orange, SFR et Free représentent respectivement [40-50] %, [20-30] % et [20-30] % du marché ainsi défini.
39. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets horizontaux.

B. ANALYSE DES EFFETS VERTICAUX

40. Sur le marché de gros de l'accès et de départ d'appel sur les réseaux téléphoniques mobiles, la présente opération consiste en une intégration verticale puisqu'un opérateur de réseau (MNO) prend le contrôle d'un opérateur assimilable à un MVNO. Il convient donc d'examiner les risques de verrouillage de l'accès aux intrants pour les autres MVNO d'une part, et à la clientèle pour les autres MNO d'autre part.

1. SUR LES MARCHÉS DES MOBILES

41. S'agissant de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux mobiles, Darty Télécom était préalablement à l'opération cliente d'un intégrateur d'opérateurs virtuels (MVNA²⁰), la société Sisteer, elle même MVNO de SFR.
42. Quel que soit le réseau auprès duquel Darty Télécom fera l'acquisition des prestations concernées après l'opération, celle-ci ne soulève pas de risques de verrouillage de l'accès à un réseau pour les concurrents de Darty Télécom. Les abonnés des MVNO auxquels Bouygues Télécom vend des prestations d'accès et de départ d'appel sur son réseau représentent en effet, en mars 2012, [20-30] % du total des abonnés des MVNO, Orange et SFR étant les premiers offreurs sur ce marché, tandis que les abonnés de Darty Télécom ne représentent que [0-5] % de ce total.
43. De plus, les MNO ont souscrit devant l'ARCEP des engagements en faveur des MVNO au moment de l'octroi de certaines fréquences ou licences (fréquences résiduelles 3G²¹, fréquences 4G relevant de la bande 2,6GHz²², fréquences 4G relevant de la bande 800 MHz²³ et Free Mobile dans le cadre de sa licence 3G²⁴). Ces engagements portent notamment sur les conditions d'accueil des MVNO, les conditions tarifaires et contractuelles qui leur sont proposées afin que ne puisse être restreint « *sans justification objective la concurrence sur le marché de gros de l'accueil des MVNO et l'autonomie commerciale des MVNO sur le marché de détail* ».
44. L'opération n'est pas non plus susceptible de porter atteinte à la concurrence par un effet de verrouillage de l'accès à la clientèle dont seraient victimes les concurrents MNO de Bouygues Télécom, notamment SFR dont le réseau est utilisé par Darty Télécom, compte tenu du faible poids représenté par Darty Télécom sur ce marché en tant qu'acheteur (part d'achat de [0-5] %).

2. SUR LES MARCHÉS DE L'INTERNET

45. Sur les marchés de fourniture en gros d'accès à large bande à Internet, et notamment sur celui des services de collecte livrés en un point de livraison national, seul marché concerné par l'opération, Bouygues Télécom est présent en tant qu'offreur et Darty Télécom en tant que demandeur. Préalablement à l'opération, La cible se fournit en liens sous marque blanche auprès des réseaux Completel ([...] liens pour le haut débit) et Numéricâble ([...] liens pour le très haut débit) dont [Confidentiel] via l'ADSL et [Confidentiel] via le câble. Ces liens sont uniquement destinés à une clientèle résidentielle.
46. La partie notifiante n'a pas été en mesure d'estimer la taille de ce marché qui n'est plus régulé par l'ARCEP, les dernières données publiques datant de 2007. Bouygues Télécom n'exerce cependant qu'une activité limitée sur ce marché sur lequel elle fournit [...] liens sous marque blanche, destinés exclusivement à une clientèle d'intégrateurs (clientèle professionnelle). Cette activité apparaît marginale au regard de la taille du marché telle qu'estimée en 2007 et

²⁰ MVNA : Mobile Virtual Network Aggregator

²¹ Voir décisions n°2010-0634 et 2010-0633 de l'ARCEP du 8 juin 2010.

²² Voir décisions n°2011-1168, 2011-1169 et 2011-1170 de l'ARCEP du 11 octobre 2011.

²³ Voir décisions 2012-0037, 2012-0038 et 2012-0039 de l'ARCEP du 17 janvier 2012.

²⁴ Voir décision 2010-0043 de l'ARCEP du 12 janvier 2010.

représente une très faible part du chiffre d'affaires de l'acquéreur (moins de [...] % de son chiffre d'affaires 2011). La présence de concurrents ayant une offre de gros de ce type plus développée comme Completel, SFR ou France Télécom, permet d'écarter le risque que l'opération ait un effet sur les conditions d'accès des concurrents de Darty Télécom à ce type de prestations.

47. S'agissant du risque de verrouillage de l'accès à la clientèle, [Confidentiel]. En 2010, l'Autorité²⁵ constatait le déclin du marché de gros de l'accès à large bande à Internet en un point de livraison national au profit des offres de gros relevant du dégroupage et des offres livrées au niveau régional, tendance confirmée par les éléments transmis par la partie notifiante. L'internalisation du débouché représenté par Darty Télécom n'aurait cependant qu'un effet limité sur l'activité des principaux offreurs sur ce marché que sont Completel-Numéricâble, France Télécom et SFR.
48. L'opération n'est donc pas de nature à porter atteinte à la concurrence par le biais d'effets verticaux.

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 12-088 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence

²⁵ Voir la décision 10-DCC-40, s'appuyant notamment sur la décision de l'ARCEP n°2007-0889 précitée