



**Décision n° 14-D-11 du 2 octobre 2014
relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la
distribution de billets de train ***

L'Autorité de la concurrence (section III),

Vu la lettre du 11 mai 2010, enregistrée sous le numéro 10/0052F, par laquelle les sociétés AS Voyages, Karavel et Lastminute ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par la SNCF dans le secteur de la distribution de billets de train la société ;

Vu l'article 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne ;

Vu le livre IV du code de commerce modifié ;

Vu les décisions de secret des affaires n° 12-DSA-34 et n° 12-DSA-36 du 18 janvier 2012, n° 12-DSA-95 du 21 février 2012, n° 12-DSA-96 du 22 février 2012, n° 12-DSA-162 et n° 12-DSA-163 du 16 avril 2012, n° 12-DSA-349, n° 12-DSA-351 et n° 12-DSA-353 du 16 octobre 2012, n° 12-DSA-356 et n° 12-DSA-357 du 17 octobre 2012, n° 13-DSADEC-02 du 27 février 2013, n° 13-DSA-266 du 25 septembre 2013, n° 13-DSA-267 du 27 septembre 2013, n° 13-DSA-278 du 15 octobre 2013, n° 13-DSA-305 du 22 novembre 2013, n° 13-DSA-307 du 25 novembre 2013, n° 13-DSA-314 du 6 décembre 2013, n° 13-DSA-316 du 9 décembre 2013, n° 14-DSA-26 du 10 février 2014, n° 14-DECR-05 du 13 février 2014, n° 14-DEC-04 du 14 février 2014, n° 14-DSADEC-01 du 24 avril 2014, n° 14-DSADEC-02 du 3 juin 2014 ;

Vu l'évaluation préliminaire de concurrence transmise aux parties et au commissaire de Gouvernement le 11 mars 2014 ;

Vu les engagements proposés par la SNCF le 18 avril 2014 et mis en ligne le 28 avril 2014 et modifiés lors de la séance des 11 et 15 juillet 2014 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Vu les observations présentées par le commissaire du Gouvernement et par les sociétés AS Voyages, Capitaine Train, KDS, SNCB et SilverRail le 28 mai 2014 ;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les représentants des sociétés AS Voyages et SNCF entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence des 11 et 15 juillet 2014 ;

Adopte la décision suivante :

SOMMAIRE

I. Constatations	5
A. LA SAISINE ET LE RAPPEL DE LA PROCÉDURE.....	5
B. PRÉSENTATION DU SECTEUR.....	5
1. CATÉGORIES D'ACTEURS CONCERNÉES	5
a) SNCF	5
b) Agences de voyages	6
c) GDS.....	6
2. CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR	7
a) Prix réglementés	7
b) Résarail	7
3. CANAUX DIRECTS/INDIRECTS	8
a) Canaux directs	8
b) Canaux indirects	9
4. TYPES DE CLIENTS.....	10
a) Particuliers.....	10
b) Entreprises.....	10
5. LES MARCHÉS CONCERNÉS.....	10
a) Marché du transport ferroviaire de voyageurs	10
b) Marché de la distribution de billets de train	11
c) Marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages de loisirs	11
d) Marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages professionnels.....	11
6. STRUCTURE DE COMMERCIALISATION.....	12
a) Une interface technique toujours commune aux agences et VSC : WDI.....	13
b) Différentes passerelles d'accès selon les besoins.....	13
<i>Interface de données – Ravel Gold</i>	<i>14</i>
<i>Facturation PSEG</i>	<i>14</i>
<i>Interfaces visuelles – Ravel Classic et Premier</i>	<i>15</i>
<i>Facturation DV.....</i>	<i>16</i>
c) Conditions de rémunération.....	17
<i>Convention SNAV-SNCF.....</i>	<i>17</i>
<i>VSC.....</i>	<i>17</i>
d) Des conditions de facturation et de rémunération distinctes	17

e) Rôle particulier des GDS	18
<i>Émission des billets</i>	18
<i>GDS-WDI</i>	18
C. L'ÉVALUATION PRÉLIMINAIRE	19
1. SUR L'APPLICATION DU DROIT EUROPÉEN	19
a) Sur l'affectation du commerce entre États membres	19
b) Sur le caractère sensible de l'affectation du commerce entre États membres	19
2. LES PRATIQUES VISÉES PAR LA SAISINE.....	19
a) Ciseau tarifaire	20
b) Absence de contribution spécifique pour la vente de billets à des tarifs non publics négociés.....	21
c) Discrimination entre agences de voyages du fait de la contribution différenciée	22
d) Absence d'offre de gros	22
e) Répartition géographique du marché pour la vente de billets de train entre la SNCF et les autres transporteurs internationaux.	23
f) Absence d'outil pour accéder à l'offre iDTGV pour les agences physiques.	24
g) Fonctionnalités réservées aux canaux directs de la SNCF	24
h) Démarchages des clients professionnels des agences de voyages indépendantes par la SNCF	25
i) Impossibilité économique pour les agences de voyages de développer un Portail Entreprises concurrent de celui de la SNCF	25
3. LES PRÉOCCUPATIONS DE CONCURRENCE RETENUES PAR L'INSTRUCTION	25
a) Discrimination	26
<i>Organisation du système de distribution</i>	26
<i>Barrière à l'entrée – Grille PSEG</i>	27
b) Organisation interne et relations entre VSC et VSCT	28
<i>Echange d'informations entre VSCT et VSC à propos d'un concurrent de cette dernière</i>	28
<i>Développement exclusif et dégradation d'accès à Résarail</i>	29
c) Risque de captation du marché professionnel par le Portail Entreprises de la SNCF	30
d) Renvoi du site sncf.com vers les fiches horaires de VSC	30
D. LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROCÉDURE D'ENGAGEMENTS	31
1. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS	31
2. LES RÉPONSES AU TEST DE MARCHÉ.....	31
II. Discussion.....	32

A.	SUR LA PERTINENCE DE LA PROCÉDURE D'ENGAGEMENTS	32
B.	SUR L'APPRÉCIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR LA SNCF	33
	1. RÔLE DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE.....	33
	2. OBJECTIFS DES ENGAGEMENTS.....	34
	3. APPRÉCIATION DES ENGAGEMENTS DANS LEUR VERSION DÉFINITIVE	35
	a) Sur la préoccupation de discrimination	35
	b) Sur la préoccupation relative à l'organisation de la SNCF.....	36
	c) Sur la préoccupation relative au Portail Entreprises.....	37
	d) Sur la préoccupation relative à la mise à disposition des horaires.....	37
	e) Sur la durée des engagements	37
C.	CONCLUSION.....	38
	DÉCISION	38

I. Constatations

A. LA SAISINE ET LE RAPPEL DE LA PROCÉDURE

1. Les sociétés AS Voyages, Karavel et Lastminute ont saisi l’Autorité de la concurrence le 7 mai 2010 de pratiques mises en œuvre par la SNCF dans le secteur de la distribution de billets de train, saisine assortie d’une demande de mesures conservatoires, enregistrée sous le numéro 10/0053 M. Cette affaire est enregistrée sous le numéro 10/0052F.
2. Par courrier du 15 juillet 2010, les sociétés AS Voyages, Karavel et Lastminute se sont désistées de leur demande de mesures conservatoires.
3. Les sociétés Lastminute et Karavel se sont désistées de leur saisine par courriers respectifs des 21 décembre 2010 et 13 avril 2011. L’Autorité a pris acte de ces désistements par décisions respectives des 11 janvier et 15 juin 2011.
4. L’évaluation préliminaire de concurrence des pratiques en cause, telles que définies par les services d’instruction, a été notifiée aux parties le 11 mars 2014.
5. La SNCF a soumis le 22 avril 2014 à l’Autorité de la concurrence une proposition d’engagements.
6. La proposition d’engagements de la SNCF a été mise en ligne le 28 avril 2014 dans le cadre du test de marché prévu à l’article L.462-4.
7. À l’issue de ce test, l’Autorité a reçu des observations de la part de six parties distinctes représentant plusieurs catégories d’opérateurs : du saisissant, AS Voyages, de Capitaine Train (agences de voyages implantées en France), de KDS (éditeur de logiciel de distribution de transport), de SilverRail (société de technologie spécialisée dans la distribution et la vente de billets de train implantée à l’étranger), et de la SNCB (entreprise ferroviaire étrangère).

B. PRÉSENTATION DU SECTEUR

1. CATÉGORIES D’ACTEURS CONCERNÉES

a) SNCF

8. La SNCF est un établissement public industriel et commercial dont les missions sont définies par l’article L.2141-1 du Code des transports, qui lui confie notamment la charge « *d’exploiter selon les principes du service public, les services de transport ferroviaire de personnes sur le réseau ferré national* ». Ce n’est qu’à compter du 1^{er} janvier 2015, date d’entrée en vigueur de la loi n° 2014-872 du 4 août 2014 portant réforme ferroviaire, que les contours de l’établissement public SNCF actuel évolueront à l’occasion du regroupement des fonctions de gestionnaire de l’infrastructure du réseau ferré national au

sein d'une entité unique, elle-même intégrée au sein d'un groupe industriel public, dirigé par un EPIC de tête.

9. L'offre sur les services nationaux de transport ferroviaire de voyageurs est à l'heure actuelle limitée aux seules prestations fournies par la SNCF, l'opérateur historique national. Cette situation de monopole légal concerne tant les lignes d'envergure nationale, comme les lignes à grande vitesse, que les lignes régionales, comme le TER ou les trains d'équilibre du territoire (TET). La SNCF est également le principal fournisseur de services ferroviaires internationaux de voyageurs au départ ou à destination de la France, seule ou par le biais de consortiums avec d'autres opérateurs européens.
10. Les lignes internationales de voyageurs sont en effet ouvertes à la concurrence depuis le 13 décembre 2009, ce qui a permis à un opérateur nouvel entrant de fournir de telles prestations, à un niveau pour l'instant très limité en termes de circulations ferroviaires.
11. La SNCF assure également la distribution des titres de transport liés à son exploitation ferroviaire, qui n'entre ni dans le champ de son monopole légal, ni dans le périmètre régulé par l'Autorité de régulation des activités ferroviaire (ARAF).

b) Agences de voyages

12. Le statut juridique des agents de voyages est précisé par les articles L. 211-1 et suivants du code du tourisme qui prévoient que les « *personnes physiques ou morales qui se livrent ou apportent leur concours, quelles que soient les modalités de leur rémunération, aux opérations consistant en l'organisation ou la vente :*
 - a) *De voyages ou de séjours individuels ou collectifs ;*
 - b) *De services pouvant être fournis à l'occasion de voyages ou de séjours, notamment la délivrance de titres de transport, la réservation de chambres dans des établissements hôteliers ou dans des locaux d'hébergement touristique et la délivrance de bons d'hébergement ou de restauration ;*
 - c) *De services liés à l'accueil touristique, notamment l'organisation de visites de musées ou de monuments historiques. »*
13. Ces dispositions s'appliquent également « *aux opérations de production ou de vente de forfaits touristiques* ».
14. Ces opérateurs, en vertu de l'article L.218-1 du même code, doivent être immatriculés à un registre dédié, et justifier d'une garantie financière suffisante, d'une assurance garantissant les conséquences pécuniaires de la responsabilité civile professionnelle, ainsi que de conditions d'aptitude professionnelle.
15. Ces opérateurs peuvent exercer leur activité par le biais d'agences physiques, indépendantes ou organisées en réseau, et/ou proposer leurs services en ligne, par le biais d'interfaces de distribution sur des sites commerciaux.

c) GDS

16. Les GDS (*Global Distribution Systems*) sont des moteurs de réservation qui reposent sur la fourniture d'un inventaire de données informatisées mettant en relation les fournisseurs d'offres de voyages et de tourisme (compagnies aériennes traditionnelles ou low cost, compagnies ferroviaires, hôtels, loueurs de voitures, ferries, croisières, assurances.) avec

des distributeurs qui sont des agences de voyages (physiques ou en ligne) ou des voyagistes ayant une activité de distribution. Il s'agit d'un marché international.

17. Les GDS proposent également des interfaces et fonctionnalités qui permettent d'effectuer des recherches de contenu, de comparer les différentes prestations et tarifs, de faire des recherches par profil voyageur et d'appliquer la politique voyages d'une entreprise.
18. Les clients finals des GDS sont les distributeurs et les entreprises et non les consommateurs individuels.

2. CARACTÉRISTIQUES DU SECTEUR

a) Prix réglementés

19. Le secteur de la distribution de billets de train est caractérisé par l'existence de prix de détail réglementés. Cette compétence est prévue par le décret n° 83-817 du 13 septembre 1983 portant approbation du cahier des charges de la SNCF. En vertu de ce texte, la SNCF propose la tarification des origines/destinations, et l'État les homologue par la suite. La branche SNCF Voyages s'occupe de la tarification des trains nationaux non conventionnés tandis que la branche SNCF Proximité se charge des trains conventionnés, tels que les TER et les TET (trains d'équilibre du territoire).
20. Les dispositions réglementaires relatives à la tarification des services de transport public résultent de l'organisation actuelle du secteur des transports terrestres en France. Ainsi, l'article L.1221-5 du Code des transports dispose que « *l'autorité organisatrice définit la politique tarifaire de manière à obtenir l'utilisation la meilleure, sur le plan économique et social, du système de transports correspondant. Sous réserve des pouvoirs généraux des autorités de l'État en matière de prix, elle fixe ou homologue les tarifs* ».
21. Conformément à l'article L. 2141-2 du code des transports, l'État détermine dans un cahier des charges les modalités d'exécution des missions de service public de voyageurs par la SNCF. Les missions de la SNCF s'agissant du transport de voyageurs y sont précisées, notamment celles relatives à la détermination du prix payé par les usagers.
22. Ainsi, l'article 14 du décret n° 83-817 du 13 décembre 1983 portant approbation du cahier des charges de la Société nationale des chemins de fer français dispose de manière générale que « *les prix payés par les usagers des services nationaux sont fixés par la SNCF* ». La tarification SNCF est homologuée par le ministre chargé des transports conformément à l'article 17 du même texte. L'article 14, précisé par un arrêté du 16 décembre 2011, indique également la manière dont la tarification SNCF est établie (structure de la gamme et niveaux de prix maximal, application de tarifications sociales déterminées par l'État, etc.).
23. Bien que les prix de certains types de billets puissent varier individuellement du fait de la politique de *yield management* mise en place par la SNCF, cette situation réglementaire a pour effet que toutes les agences présentent les mêmes billets à des prix nominaux identiques. Par conséquent, la concurrence par les prix n'existe pas pour la vente de ces billets.

b) Résarail

24. L'offre de transport ferroviaire de la SNCF est structurée autour de plusieurs types de trains et liaisons, et notamment TGV, TER, Intercités, iDTGV et Ouigo. Ces différentes

offres de transport peuvent relever aussi bien de l'activité conventionnée de la SNCF (service public de transport) que de son activité commerciale.

25. La mise à disposition des horaires, des informations de transport et de disponibilité de ces différentes offres fait l'objet d'un référencement sur des bases de données rendues accessibles tant aux canaux internes à la SNCF (ex. gares, boutiques, voyages-sncf.com) qu'à des opérateurs externes comme les agences de voyages ou les GDS.
26. La très grande partie de l'offre ferroviaire de la SNCF est référencée sur une base de données dénommée Résarail, qui est détenue et maintenue par la SNCF. Cette base de données est pourvue d'un moteur d'itinéraire permettant de répondre aux requêtes des utilisateurs en proposant les trains disponibles pour une liaison donnée, ainsi que les combinaisons de trains possibles pour un trajet en correspondance.
27. Le Conseil de la concurrence, dans sa décision n° [09-D-06](#) du 5 février 2009 relative à des pratiques mises en œuvre par la SNCF et Expedia Inc. dans le secteur de la vente de voyages en ligne, a considéré :

« En l'espèce, Résarail est le principal système informatisé de réservation de la SNCF. Il contient les informations relatives aux horaires, aux places disponibles, aux tarifs des services de transport ferroviaire de voyageurs de la SNCF, hormis les produits iDTGV. En raison du monopole de la SNCF, une agence de voyages qui souhaite accéder au marché français de la distribution de billets de train n'a pas d'autre choix que de distribuer les produits de la SNCF et donc d'accéder aux informations contenues dans Résarail. Elle a également besoin de ces données pour offrir une gamme complète de services sur le marché français des services d'agence de voyages prestés pour les voyages de loisir. Or, elle est dans l'impossibilité matérielle de dupliquer ces informations qui ne sont connues que de la seule SNCF. Les conditions posées par la Cour de cassation et par le Conseil dans son avis n° 02-A-08 précité sont donc remplies. » (§ 239)

28. Résarail est géré et maintenu par la direction informatique de la branche SNCF Voyages.
29. L'inventaire des offres de transport iDTGV et Ouigo, qui sont conçues comme des offres à bas coût et non accessibles dans les guichets des gares notamment, est assuré par une autre base de données, Navitaire. Il s'agit d'un outil qui provient d'un logiciel développé dans le secteur du transport aérien et que la SNCF a fait évoluer pour parvenir à un outil spécifique à ses besoins.

3. CANAUX DIRECTS/INDIRECTS

30. La distribution de billets de train n'entre pas dans le champ du monopole légal de la SNCF. Par conséquent, cette distribution peut être effectuée aussi bien par la SNCF directement, par ses filiales ou par des opérateurs tiers agréés à cet effet. La SNCF distingue deux types de canaux.

a) Canaux directs

31. Les canaux directs sont définis par la SNCF comme ses canaux internes, que la distribution soit assurée par des services commerciaux dépendant directement de l'EPIC (guichets, bornes libre-service, ligne directe, boutiques SNCF, etc.) ou par certaines de ses filiales (voyages-sncf.com, Eurostar, etc.).

32. Au sein de ces canaux directs, le site voyages-sncf.com est exploité de concert par deux sociétés sœurs, VSC et l'Agence VSC, toutes deux filiales de la SNCF par l'intermédiaire de sa holding SNCF Participations. La tutelle de ces filiales est exercée par la branche SNCF Voyages qui a en charge la distribution de titres de transport pour le transport non conventionné.
33. La société VSC, détenue à 100 % par la SNCF, a été créée en 2000 et a pour mission la distribution des produits ferroviaires de la SNCF sur internet, via le site voyages-sncf.com. L'activité hors train, à l'instar d'une agence de voyages, est assurée par l'Agence VSC, exploitée dans le cadre d'une joint venture créée en 2001 entre les sociétés VFE commerce (aujourd'hui VSC Groupe) et Expédia Inc, et détenue respectivement à hauteur de 50,1 % et 49,9 %. En 2012, VSC Groupe a réalisé un volume d'affaires de 3,6 milliards d'euros.
34. L'adresse voyages-sncf.com est donc exploitée par ces deux sociétés qui ont le statut d'agences de voyages et sont immatriculées en tant que telles afin de pouvoir exercer leur activité de distributeur de produits touristiques.
35. Une troisième société sœur, VSC Technologies (VSCT), a pour objet d'assurer des prestations informatiques en matière de système d'information et de distribution dans le domaine ferroviaire. À ce titre, elle a notamment pour mission de maintenir et développer les accès informatiques à la base de données contenant les informations de transport ferroviaire de la SNCF, Réсарail, nécessaires à la distribution en ligne (i.e. à VSC et aux canaux indirects). C'est également cette société qui conclut les contrats avec les agences de voyages tierces afin que celles-ci bénéficient des différentes solutions techniques, permettant la distribution de l'offre ferroviaire de la SNCF.

b) Canaux indirects

36. Les canaux indirects sont représentés, notamment mais pas exclusivement, par des agences de voyages autorisées à distribuer des billets de train aux termes d'un agrément délivré spécialement par la SNCF à cet effet. Dans ce système, les agences ont la qualité de mandataire et sont rémunérées par la SNCF par une commission pour la distribution des titres de transport ferroviaires pour le compte de celle-ci.
37. Les agences de voyages, dans leur ensemble, ont une activité fortement dépendante de la clientèle professionnelle en matière de vente de billets de train. Environ 85 % du chiffre d'affaires ferroviaire des agences de voyages est réalisé pour des déplacements professionnels.
38. Du fait de leur qualité de mandataire, les agences de voyages sont spécialement agréées par la SNCF pour distribuer pour son compte des billets de train. L'agrément SNCF désigne le contrat et ses avenants par lesquels la SNCF autorise une agence de voyages à émettre, recevoir et réserver en ligne des cartes commerciales et des titres de transport ferroviaires SNCF, et à encaisser le montant de la transaction. En retour, l'agence est rémunérée conformément aux dispositions d'une convention signée avec le principal syndicat professionnel d'agences de voyages.
39. L'une des conditions principales pour qu'une agence de voyages puisse bénéficier de l'agrément SNCF est de disposer d'un accès à un GDS.

4. TYPES DE CLIENTS

a) Particuliers

40. Pour l'achat de leurs billets de train, les particuliers peuvent recourir à l'ensemble des canaux directs de la SNCF, ou s'adresser à une agence de voyages, qu'elle soit physique ou en ligne.
41. Dans le cas du choix d'une agence de voyages, les particuliers peuvent avoir recours soit à VSC, soit à une agence hors groupe SNCF qui agit au titre du mandat délivré par la SNCF.

b) Entreprises

42. Bien qu'elles puissent également utiliser les canaux dédiés aux particuliers, les entreprises, pour leurs achats de billets de train, peuvent avoir recours à des agences de voyages spécialisées ou non dans la vente aux professionnels.
43. Les entreprises ont en général des besoins spécifiques pour ce genre de prestations qui justifient que les achats de billets de train soient assortis d'un éventail variable de prestations. À ce titre, les canaux qu'elles utilisent proposent un certain nombre de services comme des outils de gestion, des logiciels dédiés, des facilités de paiement ou des tarifs négociés. Par conséquent, les relations des entreprises avec leur prestataire de billets de train sont le plus souvent contractualisées.
44. Elles peuvent également utiliser des SBT (self booking tools), qui sont des éditeurs de logiciels spécialisés qui permettent aux entreprises de passer commande directement via ces logiciels.
45. Il convient également de citer le cas, plus marginal, du Portail Entreprises qui est un service en ligne proposé par la SNCF et qui s'adresse en priorité à une clientèle de type PME ou TPME.

5. LES MARCHÉS CONCERNÉS

46. Le Conseil de la concurrence, dans sa décision n° [09-D-06](#), a défini trois marchés pertinents dans ce secteur en laissant la porte ouverte à un quatrième.

a) Marché du transport ferroviaire de voyageurs

47. En France, le transport ferroviaire est organisé historiquement par la loi n° 82-1153 du 30 décembre 1982 d'orientation des transports intérieurs, dite « LOTI ». Cette loi a été modifiée et complétée à plusieurs reprises, notamment pour être mise en conformité avec le cadre européen applicable et pour tenir compte de l'ouverture à la concurrence, effective sous conditions depuis le 1^{er} janvier 2010, du transport ferroviaire transfrontalier de voyageurs. La LOTI a été codifiée dans le Code des transports par l'ordonnance n° 2010-1307 du 28 octobre 2010 relative à la partie législative du code des transports.
48. Ces dispositions confèrent à la SNCF un monopole légal sur le territoire national en ce qui concerne le transport ferroviaire de voyageurs. En ce qui concerne le transport ferroviaire transfrontalier de voyageurs, l'ouverture à la concurrence n'a donné lieu qu'à une très faible pénétration du marché, qui est le fait d'une seule entreprise ferroviaire opérant un

nombre réduit de liaisons à ce jour. Sur ce segment également, la SNCF dispose d'un quasi-monopole de fait.

b) Marché de la distribution de billets de train

49. L'Autorité de la concurrence ainsi que la Commission européenne considèrent que la délivrance des billets de transport constitue « *un marché de produit distinct mais connexe du marché de transport ferroviaire de voyageurs* »¹.
50. Sur ce marché, les agences de voyages sont les offreurs et l'unique entreprise ferroviaire transportant des voyageurs en ce qui concerne les liaisons intérieures, la SNCF, est le demandeur.
51. Dès lors, l'Autorité de la concurrence a constaté que la SNCF, qui est en situation de monopsonne à l'égard des agences de voyages, est en position dominante (à l'achat) sur le marché des services de distribution de billets de train.²

c) Marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages de loisirs

52. Dans sa décision n° [09-D-06](#), le Conseil de la concurrence a retenu la définition du marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages de loisirs. Ce marché recouvre la vente aux particuliers de prestations de voyages et hébergements par les agences de voyages tous types de canaux confondus, que les agences soient physiques ou en ligne. Sur ce marché, les agences de voyages sont les offreuses et les particuliers, dans le cadre de leurs besoins de prestations touristiques de loisirs, sont les demandeurs.

d) Marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages professionnels

53. Ce marché recouvre la vente aux entreprises de prestations de voyages et hébergements par les agences de voyages, spécialisées ou non, tous types de canaux confondus, pour leur usage professionnel. Ainsi que le Conseil l'a souligné :

*« Néanmoins, il convient de distinguer au sein des services d'agences de voyages, les services prestés pour les voyages d'affaires des services prestés pour les voyages de loisir, ainsi que l'admet la Commission européenne (décision du 6 avril 1995 (cas n° IV/M.564 – Havas Voyages / American Express), points 14-15, notamment confirmée par la décision du 3 juillet 2006 (COMP/M.4234 – Carlson/One Equity Partners/Carlson Wagonlit), points 12-13). En effet, du côté de la demande, voyages d'affaires et de loisir sont des produits distincts, non substituables. Du côté de l'offre, les acteurs interviennent le plus souvent sur un seul de ces deux segments. »*³

¹ Décision n° 09-D-06 du 5 février 2009, précitée, §113 s.

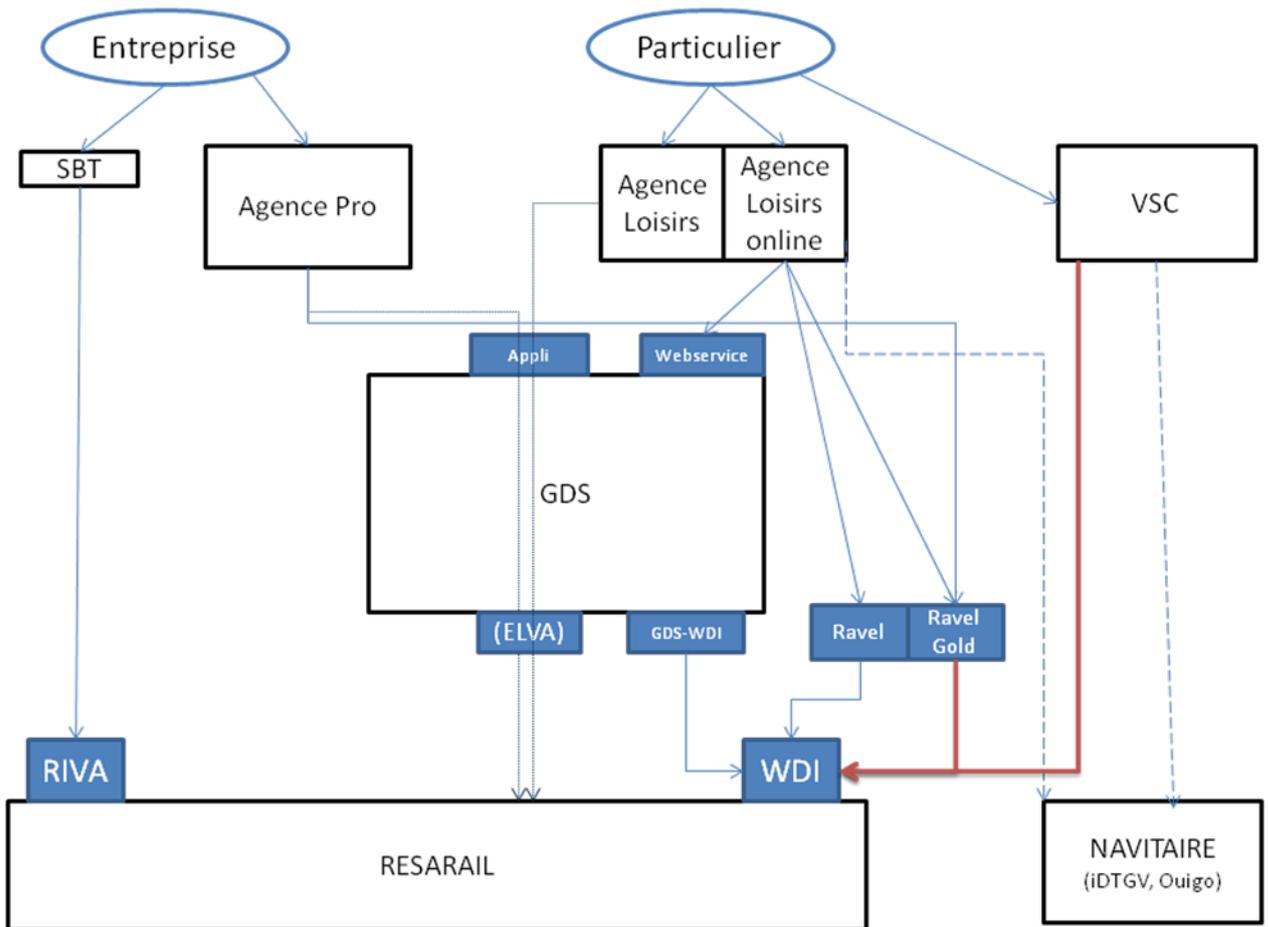
² Id., §146.

³ Id., §110.

54. Le marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages professionnels diffère du marché dédié aux voyages de loisirs en ce que le voyageur n'est pas *in fine* celui qui paye la prestation de transport. Le voyage s'effectuant le plus souvent pour le compte de l'entreprise, c'est cette dernière qui va assurer le paiement de la prestation. Cela nécessite donc pour l'entreprise de disposer d'outils particuliers pour la gestion de sa politique de voyages, ainsi que pour l'intégration de ces prestations à sa comptabilité.
55. Les agences de voyages doivent donc être en mesure de proposer des services spécifiques aux entreprises permettant de répondre à ces besoins. À cette fin, les relations entre les agences et les entreprises clientes sont le plus souvent contractualisées et peuvent même, le cas échéant, faire l'objet de tarifs négociés avec l'agence. Par ailleurs, la clientèle professionnelle s'avère moins sensible au prix que la clientèle particulière et accorde davantage d'attention à l'exigence de flexibilité.
56. Sur ce marché, les agences de voyages spécialisées ou non sont les offreuses, et les entreprises, dans le cadre de leurs besoins de déplacements professionnels, sont les demandeuses. La SNCF n'est active sur ce marché que par l'intermédiaire de son Portail Entreprises, solution technique offerte à un marché de niche concernant les PME et TPME et représentant 0,8 % de part de marché en 2013.

6. STRUCTURE DE COMMERCIALISATION

57. Dans le cas d'une réservation d'un particulier via VSC, la demande est relayée par VSC par le biais d'une interface technique dénommée WDI qui recherche le billet dans Résarail, puis déclenche la vente et l'émission du billet. Commercialement parlant, le paiement du client est adressé directement à la SNCF, qui se charge également de l'émission du billet (déclenchée par le paiement), qui peut être adressé au client sous différentes formes (envoi du billet à domicile, impression à domicile, billet électronique, e-billet, m-billet).
58. Dans le cas d'une commande en ligne via une autre agence de voyages, la demande est relayée par une passerelle d'accès, dénommée Ravel, à WDI qui recueille l'information recherchée dans Résarail. À ce stade, une fois la vente confirmée, l'agence encaisse le montant de la transaction auprès du client pour le compte de la SNCF. Toutefois le billet ne peut être émis à ce stade, dans la mesure où le billet réservé ne correspond qu'à une option qui permet de bloquer la réservation et de garantir le prix de celle-ci. L'agence se voit adresser par les systèmes informatiques un numéro PNR (Passenger Name Record) qu'elle devra entrer dans son GDS afin que ce dernier puisse émettre le billet.
59. Le schéma de distribution d'un billet de train se présente comme suit :



a) Une interface technique toujours commune aux agences et VSC : WDI

60. En raison du format des données contenues dans Résarail, l'accès à cette base de données nécessite une couche de médiation, dénommée WDI.
61. Le responsable des études transporteur de la Direction des systèmes d'information de la SNCF a ainsi déclaré :
62. « WDI est un système hébergé à l'extérieur de Résarail, qui ne fait pas partie de son périmètre, qui est développé et maintenu par VSCT, et qui simplifie l'accès à Résarail. Il gère la progression des échanges de transactions avec Résarail, et il présente les informations aux systèmes qui se connectent à lui d'une manière unifiée et simplifiée. Il dispose de règles de gestion du dialogue et de présentation simplifiée. Il s'agit d'une couche de médiation. »
63. WDI permet, outre l'accès à Résarail, d'agrégier les informations et de gommer certaines complexités techniques de Résarail (langage, codes...) afin que le consommateur dispose d'une information simplifiée, classée, compréhensible et qui permette de répondre aux besoins du distributeur.

b) Différentes passerelles d'accès selon les besoins

64. Afin de permettre la connexion à WDI des agences de voyages distribuant ses titres de transport, la SNCF a mis en place une solution informatique, dénommée Ravel, permettant

aux agences de proposer à la vente de billets sur internet. Cette solution se décline en deux catégories.

Interface de données – Ravel Gold

65. La solution Ravel Gold est une appellation commerciale qui permet un accès direct à WDI. L'accès aux données brutes offre de facto à l'agence de voyages une liberté totale quant à ses interfaces graphiques. Elle procure une grande flexibilité à l'agence utilisatrice en fournissant l'accès aux données quasi brutes de transport issues de Résarail. Ces données pourront par la suite être triées et présentées à l'internaute selon une interface et un moteur de recherche développés à cet effet par l'agence de voyages, interface qu'elle devra cependant développer par ses propres moyens. Le choix de recourir à Ravel Gold ainsi que sa mise en place nécessitent par conséquent des développements informatiques lourds et coûteux.
66. À l'heure actuelle, Ravel Gold n'est utilisé que par deux agences de voyages, Egencia et Capitaine Train.
67. Par ailleurs, une spécificité de Ravel Gold est d'être assortie d'un ratio dénommé « look to book » qui a pour objet de quantifier le rapport entre le nombre de recherches d'informations horaires via Ravel Gold et le nombre de réservations effectivement réalisées.
68. Le ratio « look to book » désigne le rapport entre le nombre de demandes de devis (Requêtes AQ) pendant un mois donné et le nombre de confirmations de Réservation (Requêtes RE) pendant le même mois. Ce rapport fait l'objet d'un suivi mensuel.
69. Ce ratio a été mis en place afin, d'une part, de limiter la sollicitation de Résarail et d'inciter les agences à se pourvoir de systèmes de requêtes efficaces, et d'autre part, de faire en sorte que l'outil de vente ne soit pas détourné de sa fonction première par des utilisateurs ne prélevant que les informations sans vendre de billets.
70. Dans le cadre du contrat Ravel Gold, ce ratio « look to book » est plafonné à vingt requêtes pour une réservation, sous peine de pénalités contractuelles en cas de dépassement.
71. Ainsi que la SNCF l'a affirmé en séance, et bien que les noms diffèrent, Ravel Gold et WDI font référence au même accès technique. Par conséquent, les agences utilisant Ravel Gold bénéficient d'un accès à Résarail identique à celui de VSC.

Facturation PSEG

72. Les agences utilisant Ravel Gold, ou dans le cas de VSC, disposant d'une connexion à WDI, sont facturées selon l'unité d'œuvre du PSEG.
73. Le PSEG est l'abréviation d'une unité de compte : le passager-segment. Cette unité correspond à un trajet sans interruption pour un voyageur unique.
74. Ce principe de tarification découle en partie d'un engagement souscrit à l'occasion de la décision n° 09-D-06, selon lequel « *La SNCF s'engage à appliquer à VSC et à l'ensemble des distributeurs, dès lors qu'ils utilisent les mêmes outils de réservation mis à disposition par la SNCF, le nouveau modèle économique à mettre en place, dont les conditions seront*

fondées sur une grille dégressive de redevances variant en fonction du nombre de requêtes de réservation réalisées. »⁴.

75. La facturation au Passager Segment Brut (PSEG) suit donc une grille progressive, et est dotée d'un minimum de facturation mensuelle de 5700 euros (soit 10000 PSEG).

76. La tarification au PSEG suit la grille ci-dessous :

Grille de facturation – Services Fees WDI STANDARD					
	Seuils mensuels		Nombre de PSEG BRUT par palier	Fee au Pseg Brut	Montant/ palier/mois
	De	A			
1					
2					
3					
4					
5					
6					
7					
8					
9					
10					
11					
12					

77. Cette grille est appliquée de manière progressive. L'agence paye mensuellement, pour un volume donné de PSEG, l'ensemble des tranches consommées entièrement aux prix unitaires correspondants, ainsi que le montant relatif au nombre de PSEG consommés dans la tranche suivante. Par ailleurs, cette facturation s'effectue au PSEG brut, c'est-à-dire que le nombre de PSEG consommés ne prend pas en compte les annulations de billets. Chaque PSEG créé est facturé même si le billet n'est pas émis au final, voire émis puis annulé par le client.

Interfaces visuelles – Ravel Classic et Premier

78. Ces deux solutions permettent une mise en place simplifiée de la part de l'agence sans que celle-ci ait à recourir à des développements informatiques lourds en termes d'intégration sur son site de vente. Ce sont des interfaces visuelles de type « clés en main ». Les résultats

⁴ Décision n° 09-D-06 du 5 février 2009, précitée, §255.

qu'elles proposent ne sont pas destinés à être modifiés mais plutôt à être directement affichés. Les résultats issus de la recherche de l'internaute sont déjà triés et organisés selon les mêmes méthodes que celles utilisées par VSC.

79. La différence majeure entre Ravel Classic et Premier porte sur l'éventail des services annexes disponibles pour une agence. Ravel Classic couvre la seule vente de billets de train et renvoie à un site internet dédié. Ravel Premier permet à l'agence d'intégrer la page de vente de billets de train à son site et de coupler cette offre avec d'autres prestations (pré et post-acheminement, hébergement etc.). Cet outil permet également à l'agence de gérer les informations d'un client donné, et notamment des avantages client dont il dispose éventuellement. En outre, Ravel Premier offre des possibilités de personnalisation de l'interface afin de pouvoir modifier légèrement la présentation des informations, et d'intégrer des éléments visuels de l'agence (logo et couleur par exemple).
80. Ces solutions sont néanmoins peu souples et ne permettent pas de réelle différenciation technique, dans la mesure où les informations relatives à l'offre de transport SNCF sont les mêmes que celles de VSC, et leur présentation très proche. Par ailleurs, le fait de disposer uniquement de Ravel ne permet pas à une agence de voyages de répliquer l'intégralité de l'offre de VSC, puisque Ravel ne donne pas accès à d'autres offres du groupe SNCF telles qu'iDTGV et Ouigo, qui ne font pas partie du périmètre de Résarail. Les informations de transport qui leurs sont relatives sont stockées sur une autre base de données, Navitaire, et leur modèle de distribution, exclusivement en ligne, nécessite de la part de l'agence de voyages une contractualisation séparée, assortie d'une rémunération dédiée, et des développements spécifiques afin d'intégrer ces offres à son site de distribution.

Facturation DV

81. Les agences de voyages sont facturées au titre de leur utilisation de Ravel Classic/Premier, et donc de WDI, selon la grille de facturation DV.
82. DV est l'abréviation de Dossier Voyage. Il s'agit d'une unité de facturation de transactions fondée sur un dossier voyage. On entend par « voyage », le nombre de trajets correspondant à l'origine destination. Le DV peut comporter un seul ou plusieurs voyages car il s'agit d'une unité homogène, c'est-à-dire qu'il ne prend en compte que des clients voyageant ensemble et bénéficiant du même tarif.
83. Les agences utilisant Ravel Premier/Classic sont donc facturées mensuellement au titre de cette unité d'œuvre, dont la tarification au coût de transaction est linéaire, après le franchissement de deux paliers dégressifs raisonnablement atteignables. Ainsi, à partir de 201 dossiers voyages, le coût de transaction pour chaque réservation effectuée via Ravel Premier/Classic revient à 0,85 euros HT par DV.
84. La tarification DV suit la grille ci-dessous :

Nombre de Dossiers Voyage émis dans le mois et réservés sur Ravel	Frais facturé mensuellement par Dossier Voyage
De 0 à 100 DV	1,1 €HT
De 101 à 200 DV	0,95 €HT
À partir du 201ème DV	0,85 €HT

c) Conditions de rémunération

Convention SNAV-SNCF

85. En matière de vente de billets de train, les agences de voyages interviennent en qualité de mandataires de la SNCF, et sont rémunérées à ce titre par une commission dont les conditions sont prévues dans le cadre d'une convention. Cette convention et le montant des rémunérations sont discutés périodiquement entre la SNCF et le Syndicat National des Agences de Voyages (SNAV) qui a vocation à représenter l'ensemble de la profession dans le cadre des négociations.
86. La SNCF a dénoncé la précédente convention en vigueur en juin 2009, pour introduire un nouveau système de rémunération des agences de voyages agréées, entériné par la convention du 14 décembre 2009.
87. Plusieurs sessions de négociation se sont déroulées de juillet à décembre, pour entériner la convention actuelle, qui est entrée en vigueur le 1^{er} janvier 2010. Cette convention SNAV-SNCF a mis en place un système de rémunération des agences de voyages différent de ce qui existait auparavant en remplaçant le système de commission fixe de 4,8 % par un système incluant une part fixe et plusieurs contributions conditionnelles. Le système de rémunération mis en place se présente comme suit :
- **une « Contribution de base » de 2,4 %** des ventes nettes facturées par la SNCF, à l'exception des tarifs non publics négociés avec des partenaires spécifiques (Tour-opérateurs et Entreprises), des affrètements trains spéciaux et des tarifs groupés ;
 - **une « Contribution différenciée » supplémentaire** sur les ventes suivantes :
- [...]
88. [...] Pour sa part, un billet Paris-St-Etienne de seconde classe acheté dans une agence physique sera rémunéré à hauteur de 2,4 %, la contribution différenciée ne s'appliquant pas dans ce cas.
89. Il convient de préciser que ce système de rémunération ne s'applique pas à voyages-sncf.com, filiale de la SNCF. Elle ne concerne pas non plus la vente de billets iDTGV et Ouigo qui font l'objet d'une rémunération contractuelle spécifique pour les agences distributrices.

VSC

90. VSC est rémunéré par la SNCF en vertu d'un mandat de distribution spécifique. Ce mandat prévoit un taux de rémunération de base de [...] % du chiffre d'affaires net. Par ailleurs, le mandat de distribution de VSC prévoit plusieurs types de rémunération complémentaire en fonction de l'atteinte d'un certain nombre d'objectifs tant commerciaux que relevant de la qualité de service. Par ailleurs, VSC perçoit plusieurs éléments de rémunération spécifiques pour des prestations liées aux obligations réglementaires de la SNCF au titre de son cahier des charges et qu'elle est seule à effectuer.

d) Des conditions de facturation et de rémunération distinctes

91. En ce qui concerne la distribution de billets de train, VSC et les agences de voyages ne sont pas dans des situations comparables, notamment en termes de périmètre des prestations assurées. Par conséquent, l'organisation de sa filière de distribution par la

SNCF répond à des principes de rémunération et de facturation différents, en fonction du canal considéré (direct ou indirect) et de la solution de distribution retenue.

92. Ainsi, dans le cadre de son activité de distribution de billets de train, VSC est facturé par la SNCF au titre de son utilisation de Résarail, dont il est le plus important consommateur de ressources. Cette charge est de l'ordre de plusieurs millions d'euros par an. VSC est la seule agence de voyages à contribuer au financement direct de Résarail, qui joue un rôle central dans la mission de service de public de transport ferroviaire de voyageurs qui échoie à la SNCF, au titre du Code des transports.
93. VSC est en outre la seule agence de voyages, en raison d'obligations réglementaires propres à la SNCF, à distribuer certains types de billets subventionnés pour lesquels la rémunération est nulle.
94. Pour ce qui concerne les agences de voyages, comme elles assurent elles-mêmes l'encaissement du prix des billets vendus auprès de leurs clients, elles supportent la charge des frais de transactions bancaires en découlant. A contrario, les utilisateurs de voyages-sncf.com payant directement le prix de leurs billets à la SNCF, VSC ne paye pas de frais de monétique au titre des transactions bancaires. C'est la SNCF, au titre de son contrat avec son établissement bancaire définissant les commissions sur paiement par carte, qui en assume la charge.
95. Les agences doivent payer l'accès à un GDS, qui est nécessaire pour l'obtention de l'agrément SNCF et l'émission des billets, ce qui n'est pas le cas de VSC, qui utilise le système d'émission de la SNCF.

e) Rôle particulier des GDS

Émission des billets

96. Compte tenu de leur rôle d'intermédiaire entre les prestataires de services, les tour-opérateurs et les distributeurs finaux, les GDS sont rémunérés d'une part, par les fournisseurs (dont les opérateurs de transport) et d'autre part, par les agences de voyages et les tour-opérateurs qui veulent accéder au système. Pendant trente ans, ces GDS ont constitué le principal, voire le seul, canal de distribution des vols puis de divers produits annexes. Ils jouent donc un rôle central entre l'ensemble des prestataires de services.
97. Par ailleurs, ils jouent un rôle central dans le mécanisme de commercialisation des billets de train via les canaux indirects puisque l'émission du titre de transport se fait obligatoirement par leur intermédiaire. La souscription d'un accès GDS est d'ailleurs une condition impérative pour qu'une agence obtienne l'agrément SNCF nécessaire pour la distribution de billets de train.

GDS-WDI

98. Depuis 2009, les GDS ont réalisé les développements nécessaires leur permettant d'utiliser WDI et de proposer ainsi aux agences de voyages des Web services ou des solutions de distribution en ligne.
99. GDS-WDI permet aux GDS de disposer de l'inventaire ferroviaire de Résarail et d'être en mesure de proposer à des agences de voyages un accès alternatif aux solutions Ravel fournies par la SNCF. Comme pour Ravel Gold, il s'agit d'une interface de données qui nécessite de la part de l'agence de voyages y ayant recours de développer au préalable sa propre interface de commercialisation de billets de train.

100. Par conséquent les agences de voyages sont en mesure de choisir entre la gamme de solutions proposées par la SNCF en souscrivant à un GDS pour l'émission des billets, ou alors de n'avoir recours qu'à un seul interlocuteur en utilisant leur GDS et son accès GDS-WDI, le GDS étant en mesure de jouer le rôle d'agrégateur d'offres de transport.

C. L'ÉVALUATION PRÉLIMINAIRE

1. SUR L'APPLICATION DU DROIT EUROPÉEN

101. Dans ses lignes directrices relatives à la notion d'affectation du commerce figurant aux articles 81 et 82 du traité (JOUE 2004, C 101, p. 81), la Commission européenne rappelle que les articles 81 et 82 du traité CE, devenus les articles 101 et 102 du traité sur le fonctionnement de l'Union européenne (TFUE), s'appliquent aux accords horizontaux et verticaux et aux pratiques abusives d'entreprises qui sont « *susceptibles d'affecter le commerce entre États membres* », et ce « *de façon sensible* ».

a) Sur l'affectation du commerce entre États membres

102. Les abus de position dominante commis sur le territoire d'un seul État membre sont susceptibles, dans certains cas, d'affecter le commerce intracommunautaire, ainsi que le souligne la Commission au point 93 de ses lignes directrices : « *Lorsqu'une entreprise qui occupe une position dominante couvrant l'ensemble d'un État membre constitue une entrave abusive à l'entrée, le commerce entre États membres peut normalement être affecté* ».
103. Au cas d'espèce, les pratiques présentées ci-dessous couvrent l'ensemble du territoire français - partie substantielle du marché communautaire - et les entreprises qui sont susceptibles d'être lésées par les pratiques identifiées ont une activité d'envergure au moins européenne. Il est donc présumé que le commerce entre États membres peut en être affecté.

b) Sur le caractère sensible de l'affectation du commerce entre États membres

104. S'agissant du caractère sensible de l'affectation des échanges entre États membres, la Commission précise, au point 96 desdites lignes directrices, que « *toute pratique abusive qui rend plus difficile l'entrée sur le marché national doit donc être considérée comme affectant sensiblement le commerce* ».
105. Dans le cas d'espèce, les pratiques examinées sont susceptibles d'évincer des concurrents sur les marchés pertinents identifiés ou de rendre plus difficile, voire impossible, l'entrée de nouveaux concurrents. Si elles étaient avérées, les pratiques examinées seraient susceptibles d'affecter sensiblement le commerce entre États membres. Les pratiques alléguées sont donc susceptibles d'être qualifiées au regard de l'article 102 TFUE.

2. LES PRATIQUES VISÉES PAR LA SAISINE

106. En premier lieu, le saisissant dénonce le fait que « *la SNCF profite de sa position dominante sur les marchés amont pour imposer à ses concurrents sur les marchés*

aval des conditions inéquitables, qui ne leur permettent pas de dégager une marge suffisante, les obligeant ainsi à prélever des frais de dossiers, alors même que le monopole de la SNCF sur le transport permet à ses propres canaux de distribution directe de ne pas prélever de tels frais ou d'en prélever à un niveau tellement faible qu'ils ne sont pas significatifs pour les consommateurs ».

107. En deuxième lieu, le saisissant considère que la contribution différenciée prévue par la convention SNAV-SNCF constitue une pratique discriminatoire abusive créant une distorsion de concurrence entre les agences de voyages. Il estime également que l'absence totale de contribution sur les tarifs négociés est également constitutive de conditions de transaction inéquitables.
108. En troisième lieu, le saisissant reproche à la SNCF des pratiques de verrouillage du marché de la distribution de billets de train en refusant de vendre des offres de gros et en opérant un partage de marché avec ses homologues européens.
109. En dernier lieu, le saisissant dénonce des pratiques de la SNCF visant à interdire aux agences traditionnelles de concurrencer les canaux directs de la SNCF à armes égales tant sur les marchés loisirs et professionnels. Il y inclut :
 - l'absence d'accessibilité des agences de voyages physiques à l'offre iDTGV
 - des fonctionnalités réservées aux canaux directs de la SNCF
 - le démarchage des clients professionnels des agences de voyages indépendantes de la SNCF et l'impossibilité économique pour les agences de voyages de développer un Portail Entreprises concurrent de celui de la SNCF.

a) Ciseau tarifaire

110. Il convient en premier lieu de constater que la part des agences de voyages dans les chiffres de ventes de billets SNCF tous canaux confondus est restée stable depuis l'entrée en vigueur de la convention SNAV- SNCF du 14 décembre 2009, le développement de la part de VSC dans l'ensemble des canaux de distribution de billets de train se faisant au détriment des autres canaux directs de la SNCF. Par conséquent, l'instruction n'a pas permis de relever d'éviction des agences de voyages tierces au titre des conditions de rémunération de la convention précitée.
111. Par ailleurs, ainsi que l'a rappelé l'Autorité dans l'avis n° [11-A-10](#) :

« Pour apprécier l'effet d'exclusion de la tarification d'un opérateur intégré, un test de ciseau compare les coûts et les recettes d'une entreprise efficace qui souhaite répliquer les mêmes offres de détail que l'opérateur intégré. Les recettes doivent donc, en principe, comprendre l'ensemble des sources de revenus accessibles à un concurrent potentiel d'efficacité égale sur le marché aval. Elles proviennent de la vente du ou des produits susceptibles d'intéresser les consommateurs : le périmètre précis des produits concernés

est donc déterminé par la demande exprimée par les consommateurs ; il est lié à la délimitation du marché de produit en aval. »⁵

112. Dans un contexte de prix de détail réglementés, la concurrence peut s'exercer par une qualité de service différenciée et un éventail de prestations plus ou moins riche. Par ailleurs, puisque les agences sont des plateformes bifaces, elles peuvent se rémunérer aussi bien auprès des transporteurs que des consommateurs, ou encore intégrer d'autres sources de revenus comme la publicité liée au trafic de visite des sites internet.
113. On constate également que les agences de voyages ciblant la clientèle professionnelle prélèvent des frais de dossier en compensation des coûts liés aux services supplémentaires qu'elles offrent par rapport à l'opérateur intégré.
114. À cet égard, plusieurs décisions d'autorités de concurrence européennes ont conclu dans des cas analogues à l'absence de pratiques d'éviction dans des situations où le transporteur proposait à ses distributeurs des commissions insuffisantes pour couvrir à elles seules leurs coûts propres dans la mesure où les agences ont la capacité de compléter la commission versée par le transporteur en facturant des frais de dossiers à leurs clients.⁶

b) Absence de contribution spécifique pour la vente de billets à des tarifs non publics négociés

115. AS Voyages estime que la vente de billets à des tarifs négociés avec les entreprises ne serait pas suffisamment valorisée par la SNCF alors qu'elle contribue, selon le saisissant, à lui apporter des clients professionnels utilisateurs de train. En effet, la commission versée par la SNCF suit le cadre défini par la convention SNAV-SNCF et apporte une commission identique sur des billets proposés en outre à des tarifs négociés, ce qui oblige les agences de voyages à rogner leur marge.
116. Cependant, comme le relève la décision n° [10-D-32](#) de l'Autorité de la concurrence, un différend relatif aux conditions tarifaires appliquées à un contrat de distribution relève d'un litige commercial privé, qui ne peut être constitutif d'un abus de position dominante dans la mesure où « *il n'est pas établi que l'exécution de ces clauses contractuelles aurait eu pour objet ou effet de faire obstacle au maintien de la concurrence sur le marché concerné* »⁷.
117. En l'espèce, l'absence de contribution spécifique pour la vente de billets à des tarifs non publics négociés n'empêche pas l'existence d'une concurrence effective sur le marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages professionnels.
118. En effet, le recours à des tarifs négociés permet aux agences de voyages de proposer des tarifs inférieurs aux entreprises qu'elles démarchent et de nouer des relations commerciales

⁵ Avis n° [11-A-10](#) du 29 juin 2011 portant sur la mise en place d'un tarif social permettant l'accès des personnes aux revenus modestes aux services Internet haut débit, §112.

⁶ Cf. OFT, No CA98/19/2002, *The Association of British Travel Agents and British Airways plc*, 11 December 2002 – Competition Authority (Irlande), No. E/02/001, *The Reduction in Travel Agents' Commissions by Aer Lingus plc*, 21 March 2002 (Case: COM/15/02).

⁷ Cf. Décision n° [10-D-32](#) du 16 novembre 2010 relative à des pratiques dans le secteur de la télévision payante, point 330.

avec celles-ci pour des prestations allant au-delà de la seule distribution de titres de transport ferroviaire, telle que la gestion de compte des entreprises au titre de laquelle les agences de voyages proposent des prestations comme la possibilité d'obtenir des facilités de paiement et de facturation ou de gestion de la politique voyages des salariés de l'entreprise. Dès lors, les agences de voyages profitent également des tarifs négociés, sous une autre forme, qui leur permettent d'accroître leur clientèle et de la fidéliser.

c) Discrimination entre agences de voyages du fait de la contribution différenciée

119. Il est allégué par le saisissant que le système de commission différenciée, appliqué uniformément à l'ensemble des agences de voyages au titre de la convention SNAV-SNCF, introduit des discriminations anticoncurrentielles entre agences en raison du caractère conditionnel des éléments de rémunération de la part variable qui pénaliserait les agences de voyages situées à l'écart des liaisons surcommissionnées.
120. Une discrimination consiste à traiter différemment des opérateurs placés dans des situations identiques, ou, au contraire, à les traiter de la même manière lorsque ces derniers sont placés dans des situations distinctes. La discrimination alléguée se fonderait au cas d'espèce sur une différence de situation entre les agences de voyages sur le fondement de leur localisation géographique, plus ou moins proche des liaisons surcommissionnées.
121. Pourtant, les surcommissions prévues par la convention SNAV-SNCF répondent à des critères objectifs reposant essentiellement sur des préoccupations de concurrence intermodale, notamment avec le transport aérien.
122. À cet égard, toutes les agences de voyages sont placées dans la même situation objective et peuvent prétendre à la distribution de billets pour les liaisons visées dans la convention, et donc à percevoir les surcommissions afférentes, cette faculté reposant uniquement sur la capacité des agences à pouvoir commercialiser ces billets et à attirer des clients.

d) Absence d'offre de gros

123. Le code des transports confère à la SNCF un monopole légal sur le territoire national en ce qui concerne le transport ferroviaire intérieur de voyageurs. Par conséquent, la SNCF qui, sur les lignes intérieures, est l'unique entreprise ferroviaire transportant des voyageurs, est en position dominante sur le marché des services de distribution des billets de train, cette dernière étant la seule à pouvoir en proposer à la vente.
124. Cependant, le Conseil de la concurrence a rappelé dans sa décision n° [05-D-72](#)⁸, relative au marché des médicaments, lequel est également caractérisé par une réglementation des prix, *« que la seule constatation d'un refus de vente ne suffit pas à caractériser un abus de position dominante. Selon une jurisprudence bien établie, une entreprise dominante n'exploite sa position de façon abusive que lorsqu'elle refuse de fournir des biens ou des services dans le but de limiter ou d'exclure ses concurrents réels ou potentiels d'un marché*

⁸ Cf. décision n° 05-D-72 du 20 décembre 2005 relative à des pratiques mises en œuvre par divers laboratoires dans le secteur des exportations parallèles de médicaments, point 253.

déterminé et de renforcer sa position sur ce marché, sans que ce refus puisse être objectivement justifié ».

125. À ce titre, le Conseil a rappelé notamment l'arrêt Bronner⁹ de la CJCE selon lequel *« pour qu'un refus de fournir à un concurrent des marchandises ou des services nécessaires à l'exercice de ses activités soit considéré comme abusif, il fallait que ce refus soit de nature à éliminer toute concurrence, qu'il ne puisse être objectivement justifié, mais également que le produit ou le service sollicité soit indispensable à l'exercice de l'activité des concurrents, en ce sens qu'il n'existe aucun substitut réel ou potentiel ».*
126. Il confirme également, *« que les facteurs qui permettent de déterminer si le comportement d'une entreprise qui refuse de livrer a un caractère abusif dépendent fortement du contexte économique et réglementaire particulier de l'affaire ».*
127. Au cas d'espèce, la vente de gros de billets de train dans un contexte caractérisé par des prix de détail réglementés s'apparente à une demande d'arbitrage de valeur ajoutée dans la mesure où la capacité de différenciation tarifaire sur le marché de détail n'est pas possible en l'état actuel de la réglementation.
128. En outre, il convient de signaler l'existence des contrats RIT (Rail inclusive tour) proposés par la SNCF qui permettent à un tour operator d'intégrer un transport en train dans une prestation qui doit porter sur une durée de 24 heures minimum, ce qui correspond à la définition du forfait au titre du code du tourisme.
129. Par ailleurs, au cours de l'instruction, il est apparu que la plupart des agences de voyages interrogées ne manifestaient pas d'intérêt pour un marché de gros de billet de train dans la mesure où la vente de gros s'accompagne d'un risque commercial substantiel si l'agence n'est pas en mesure de distribuer l'ensemble des billets préalablement achetés.

e) Répartition géographique du marché pour la vente de billets de train entre la SNCF et les autres transporteurs internationaux.

130. Il ressort de l'instruction que les faits dénoncés par le saisissant découlent de l'utilisation par les opérateurs ferroviaires européens du système HERMES.
131. HERMES est un système qui interconnecte les systèmes de réservation du réseau européen, permettant à chacun d'eux d'accéder aux autres et d'y effectuer des réservations. HERMES est donc accessible à travers Résarail.
132. Pour autant, la capacité à distribuer les offres de transport ferroviaire d'autres opérateurs européens ne semble pas verrouillée par ce système, les agences de voyages étant en mesure de nouer des relations commerciales individuellement avec les transporteurs. Il est apparu en cours d'instruction qu'un concurrent du saisissant avait ainsi conclu un accord de distribution avec Deutsche Bahn, l'opérateur historique allemand.

⁹ CJCE, 26 novembre 1998, Bronner, C-7/97.

f) Absence d'outil pour accéder à l'offre iDTGV pour les agences physiques

133. Le saisissant demande la mise à disposition de l'offre iDTGV pour les agences physiques au travers des outils classiques qu'elles utilisent déjà. Cette demande se fonde sur le fait qu'il n'existe pas de canal de distribution professionnelle de type Ravel pour permettre aux agences de voyages physiques de commercialiser l'offre de transport iDTGV. Elles n'ont de fait accès à iDTGV que par le biais du site internet iDTGV accessible au public, ou par l'utilisation indirecte de logiciels internes de la SNCF à destination des agences de voyages.
134. iDTGV, contrairement au reste de l'offre de transport de la SNCF, ne dépend pas de Réсарail mais dispose de sa propre base de données, Navitaire. De ce fait, iDTGV n'est pas disponible par l'intermédiaire de Ravel pour les agences de voyages.
135. Toutefois, force est de constater que VSC n'en dispose pas non plus par défaut et a dû réaliser des développements spécifiques afin d'interfacer l'offre iDTGV sur son site voyages-sncf.com. Il en va de même pour plusieurs agences qui ont contracté avec iDTGV selon des conditions particulières non soumises à la convention SNCF-SNAV. Ces agences ont procédé aux développements nécessaires à l'intégration de l'offre iDTGV dans leur offre ferroviaire globale.
136. Il a été établi lors de l'instruction que le modèle commercial d'iDTGV repose sur une distribution exclusivement en ligne et que toute agence de voyages agréée pouvait prétendre distribuer cette offre, à charge pour elle de réaliser les développements informatiques nécessaires.
137. S'agissant du choix de la SNCF de ne distribuer l'offre iDTGV que par internet, le Conseil de la concurrence dans sa décision n° [01-D-58](#) du 24 septembre 2001 relative à des pratiques mises en œuvre par le groupe Benetton sur le marché de la distribution du vêtement du prêt-à-porter et de la maille a rappelé le principe de liberté reconnue au fournisseur d'organiser son réseau :
138. *« Considérant, en premier lieu, qu'il est loisible à une entreprise de déterminer librement les conditions de distribution de ses produits, dès lors que le système de distribution ainsi choisi ne crée pas de barrières artificielles à l'entrée sur le marché de la distribution des produits concernés et qu'il maintient la liberté commerciale des revendeurs quant aux prix pratiqués aux consommateurs ».*
139. En l'occurrence, il ne peut être avancé que la distribution exclusivement par internet est une barrière artificielle à l'entrée sur le marché dans la mesure où plusieurs agences de voyages ont démontré qu'elles étaient en mesure de proposer cette fonctionnalité à leurs clients. Le fait que plusieurs opérateurs du marché aient été en mesure de développer cette offre montre que les investissements nécessaires à l'inclusion de l'offre de transport iDTGV dans leur interface de vente ne représentent pas un obstacle insurmontable à sa distribution.
140. De surcroît, imposer à la SNCF de mettre l'offre iDTGV à disposition des agences de voyages serait de nature à remettre en cause sérieusement la viabilité du modèle économique de cette offre, qui profite au consommateur.

g) Fonctionnalités réservées aux canaux directs de la SNCF

141. La question de la mise à disposition de l'ensemble des opérateurs des fonctionnalités dépendant du périmètre de Réсарail, ainsi que de la capacité de ces mêmes opérateurs de

participer à des programmes d'expérimentation de nouvelles fonctionnalités de distribution fait partie des préoccupations de concurrence identifiées par les services d'instruction. À ce titre, elle est traitée dans son ensemble par les engagements proposés par la SNCF.

h) Démarchages des clients professionnels des agences de voyages indépendantes par la SNCF

142. Les éléments tels que présentés par le saisissant n'ont pas conduit l'instruction à identifier de préoccupation de concurrence.

i) Impossibilité économique pour les agences de voyages de développer un Portail Entreprises concurrent de celui de la SNCF

143. Le Portail Entreprises est une solution de réservation, de paiement et de gestion des voyages professionnels ferroviaires réservée aux entreprises.
144. L'étude des coûts du Portail Entreprises n'a pas fait apparaître d'absence de couverture de coûts par celui-ci. Par ailleurs, concernant la question soulevée par le saisissant de l'impossibilité pour une agence de dupliquer l'offre du Portail Entreprises, notamment sur le plan tarifaire, l'instruction a permis de mettre en évidence que cette offre était répliquable, notamment dans la mesure où le Portail Entreprises a recours à des outils techniques non spécifiques à la SNCF et accessibles à l'ensemble des agences.

3. LES PRÉOCCUPATIONS DE CONCURRENCE RETENUES PAR L'INSTRUCTION

145. Pour ce qui concerne l'intervention de monopoles ou anciens monopoles dans le secteur concurrentiel, sur des marchés présentant des liens de connexité avec l'activité faisant l'objet du monopole, l'Autorité a considéré :

« En tout état de cause, la jurisprudence, tant communautaire que nationale, admet qu'une entreprise en position dominante sur un marché donné puisse se voir reprocher un abus dont les effets affectent d'autres marchés, dès lors que son comportement a un lien de causalité avec sa position dominante et que le marché sur lequel celle-ci est détenue et ceux sur lesquels l'abus déploie ses effets revêtent un caractère de connexité suffisant. »¹⁰

146. Au cas d'espèce, l'intervention de la SNCF, directement sur le marché de la distribution de billets de train, et indirectement au travers de ses filiales VSC et VSCT sur les marchés des services d'agences de voyages prestés pour les voyages de loisirs, présente un lien de connexité très important. Le transport ferroviaire de voyageurs, en situation de quasi-monopole, dépend fortement de la distribution de billets de train par les agences de voyages, VSC compris. La vente de titres de transport par ce canal représente [...] % des ventes de billets de train.

¹⁰ Décision n° [10-D-14](#) du 16 avril 2010 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la valorisation électrique du biogaz, §62

147. De surcroît, d'après les éléments de la saisine, les canaux SNCF détiennent environ 80 % de parts de marché sur le marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages de loisirs, ce qui lui conférerait une position susceptible d'être qualifiée de dominante.

a) Discrimination

148. L'instruction de la saisine d'AS Voyages a permis de mettre en évidence plusieurs pratiques de l'opérateur historique tant tarifaires que relatives à l'organisation même de la distribution de produits ferroviaires, pratiques qui sont susceptibles d'être qualifiées au titre de l'abus de position dominante.

Organisation du système de distribution

149. Le système de distribution mis en place par la SNCF pour la vente de billets de train présente une rare complexité en établissant des procédés de rémunération et de facturation différents en fonction des canaux concernés. L'application de procédures très différenciées, notamment en ce qui concerne la coexistence d'unités de facturation reposant sur des principes de comptabilisation très différents et peu comparables, génère une complexité dans le système qui par ailleurs semble se faire au détriment des agences de voyages.

150. D'une part, ce degré de complexité a pour effet de placer les agences de voyages dans des situations très différentes en fonction du mode de distribution qu'elles utilisent.

151. D'autre part, bien qu'intervenant dans le secteur concurrentiel, le fait de doter VSC d'un mandat de distribution séparé intégrant des concepts relevant davantage des obligations réglementaires de l'EPIC que des seuls impératifs commerciaux d'une agence de voyages, a pour effet de singulariser VSC parmi les agences de voyages. Non seulement VSC opère sur le marché avec des incitations très différentes, mais de surcroît, le mode de rémunération tend à infléchir la politique commerciale des agences de voyages. Les différents principes de rémunération appliqués par la SNCF conduisent *de facto* à une répartition dans laquelle VSC est de fait incontournable sur le marché loisirs, tandis que les agences de voyages doivent se concentrer sur le marché professionnel.

152. En ce sens, la structure de la rémunération issue de la convention SNAV-SNCF rend le trafic loisirs peu rentable pour les agences de voyages compte tenu de leur volume de vente, en l'associant aux formes de rémunération les moins élevées, et les incite à maximiser les ventes professionnelles.

153. VSC, qui n'est pas concernée par cette convention, peut en revanche se concentrer sur le marché loisirs, avec, certes, une commission plus faible, mais des volumes beaucoup plus élevés, en raison de son statut de filiale de l'opérateur historique. VSC peut en outre réaliser des économies d'échelle substantielles puisque cette agence paye le prix unitaire au PSEG le plus bas dans la grille WDI, compte tenu des volumes traités.

154. Enfin, il convient de constater que les solutions techniques mises en place par la SNCF pour accéder à WDI maintiennent un fossé important entre les interfaces visuelles et les interfaces de données. À titre d'exemple, passer de Ravel Premier à Ravel Gold n'est pas une décision neutre pour une agence de voyages car elle ne porte pas seulement sur le coût d'installation de Ravel Gold. Elle implique de développer depuis le départ une interface personnalisée capable notamment de recueillir les données fournies par WDI, les trier et organiser. Elle nécessite également d'optimiser l'interface et son système de requête afin de proposer à l'internaute les résultats les plus pertinents compte tenu de ses besoins et des

différents avantages dont il est susceptible de bénéficier (cartes d'abonnement ou tarifs spéciaux).

155. Ce type de développements peut représenter un coût et un investissement matériel très important, ce qui rend par conséquent la transition vers Ravel Gold difficile et financièrement risquée pour une agence de voyages.

Barrière à l'entrée – Grille PSEG

156. La grille de facturation WDI est appliquée aux opérateurs ayant choisi Ravel Gold (Egencia et Capitaine Train) et à la filiale VSC. Il peut être constaté que la grille est construite de telle sorte que le coût par unité d'œuvre (PSEG) est très élevé pour les opérateurs ayant de faibles volumes d'activité, ce qui est le cas de tous les concurrents de la SNCF. En effet, du fait de la dégressivité des tarifs, le prix au dossier voyage payé par un opérateur correspondant aux premiers échelons est 12 à 15 fois plus élevé que celui payé par VSC.
157. Au cas d'espèce, la structure de la grille WDI standard présente une tarification fortement dégressive, qui ne pourrait se justifier que par de forts coûts fixes d'accès par utilisateur pouvant être amortis sur un grand nombre d'unités vendues. Or, comme le système WDI est de toute façon utilisé par VSC, ses coûts fixes de maintien devraient être partagés entre l'ensemble des utilisateurs. Il serait plus justifié de les répartir au prorata des volumes traités par chaque utilisateur, ce qui correspondrait à un coût unitaire constant.
158. Il ressort de l'instruction que la structure de la grille tarifaire aurait pour effet d'inciter les agences sans clientèle contractualisée à utiliser d'autres solutions, Ravel Gold étant réservé à des volumes que la SNCF estime suffisants. Toutefois, un tel comportement pourrait être qualifié de discriminatoire, puisque rien ne justifie que la SNCF réserve en pratique la solution Ravel Gold à une catégorie spécifique d'agences, déterminée en fonction de ses propres préférences commerciales.
159. SNCF postule que l'utilisation de Ravel Gold doit être assortie d'un volume d'affaires important. Mais, au contraire de la clientèle professionnelle avec laquelle les relations commerciales sont contractualisées, le trafic loisir présente une volatilité importante. Par conséquent, le prix d'accès aux premiers échelons de la grille WDI peut se révéler dissuasif pour une agence débutant sans clientèle contractuelle. En ce sens, la grille WDI est susceptible d'infléchir la politique commerciale des agences, sachant que les coûts de développement associés au déploiement d'une interface de type Ravel Gold font peser un risque financier substantiel, et peuvent avoir un effet dissuasif.
160. Le fait de mettre à la disposition des agences une grille tarifaire dont les coûts d'entrée sont artificiellement élevés est de nature à constituer une barrière à l'entrée sur le marché des services d'agences prestés. Dans sa décision n° [04-D-18](#) du 13 mai 2004, le Conseil de la concurrence a ainsi considéré :

« Concernant la structure du tarif de l'offre ADSL Connect ATM, il résulte de ce qui précède que l'importante dégressivité du prix d'accès par accès en fonction du nombre de clients par plaque, dû notamment à la taille excessive du pas de réservation fixé à des tranches de 50 accès, a conduit à une hausse artificielle des coûts d'accès pour des

opérateurs entrants ne disposant que d'un faible nombre d'abonnés. Cet "effet volume" constitue une barrière à l'entrée en contradiction avec l'injonction. (...) »¹¹

b) Organisation interne et relations entre VSC et VSCT

161. Dans le cadre de sa pratique décisionnelle, l'Autorité a souligné qu'il était licite, pour une entreprise publique qui dispose d'une position dominante sur un marché en vertu d'un monopole légal, d'entrer sur un ou des marchés relevant de secteurs concurrentiels, à condition qu'elle n'abuse pas de sa position dominante pour restreindre ou tenter de restreindre l'accès au marché de ses concurrents en recourant à des moyens autres que la concurrence par les mérites (voir notamment la décision n° [02-D-63](#) du 8 octobre 2002 relative à des pratiques constatées dans le secteur des télécommunications).
162. De plus, dans la décision n° [09-MC-01](#) du 8 avril 2009 relative à la saisine au fond et à la demande de mesures conservatoires présentées par la société Solaire Direct, l'Autorité de la concurrence a rappelé que la séparation étanche entre les activités liées au monopole et celles relatives à la diversification devait être « *à la fois juridique, matérielle, comptable, financière et commerciale* ».

Echange d'informations entre VSCT et VSC à propos d'un concurrent de cette dernière

163. La situation centrale de VSCT au sein du dispositif de distribution de billets de train, en tant que gestionnaire des interfaces de connexion à Réсарail, mais aussi comme partie aux contrats signés avec les agences lui confère un rôle stratégique dans le secteur de la distribution de billets de train. En effet, VSCT, société sœur de VSC, a connaissance dans le cadre de ce processus d'informations stratégiques et d'éléments du plan d'affaires d'agences concurrentes de VSC.
164. Ainsi, en 2009, un concurrent de voyages-sncf.com, Capitaine Train, a entamé des démarches auprès de VSC-T afin de pouvoir bénéficier de la solution Ravel Gold. Compte tenu des délais de négociation du contrat ainsi que des délais associés à la mise en place technique de Ravel Gold, ces deux sociétés ont échangé une correspondance suivie. Ainsi que l'a déclaré un des responsables de Capitaine Train :

« Notre interlocuteur chez VSC-T était [M. X]. Les marges de manœuvre ont été extrêmement faibles. Les deux seuls points qui ont pu être modifiés sont : le nombre de jour/homme facturé à l'installation (de 5 à 15), et 2 mois et demi d'accès gratuit au service (pas de facturation de frais minimum liés au seuil de 10000 PSEG par mois). Aucune négociation n'a été possible sur les deux points les plus importants, à savoir le ratio « look-to-book », et le tarif des PSEG, totalement déconnecté du commissionnement versé par la SNCF.

Nous sommes juste étonnés que dans des échanges concernant notre contrat, nous trouvons en copie des mails des personnes travaillant vraisemblablement chez voyages-sncf.com. Par exemple : [M. W], [M. Y] et [M. Z] ».

¹¹ Décision n° [04-D-18](#) du 13 mai 2004 concernant l'exécution de la décision n° [00-MC-01](#) du 18 février 2000 relative à une demande de mesures conservatoires présentée par la société 9 Télécom Réseau, §124.

165. Par ailleurs, un courriel adressé par [M. X] à un responsable de Capitaine Train le 5 août 2010, au sujet de modifications à apporter au contrat Ravel Gold, comporte dans la liste des destinataires au moins deux personnes dont l'e-mail comporte un nom de domaine « @voyages-sncf.com », alors que les adresses e-mail de VSC-T ont un nom de domaine « @vsc-technologies.com ».
166. Le fait pour VSCT de communiquer ces informations à VSC, ou même que VSC puisse y accéder librement du fait de l'absence de séparation entre les deux entités est susceptible de conférer à VSC un avantage concurrentiel injustifié en prenant connaissance d'informations stratégiques de ses concurrents, et notamment leurs volumes de ventes ou des éléments d'informations sur leur architecture informatique.
167. Par conséquent, l'absence de séparation claire entre VSC et VSCT et la confusion qu'il semble exister entre les deux entités quant à la gestion des relations commerciales avec les agences de voyages sont susceptibles de donner lieu à l'utilisation d'informations commerciales sensibles sur la stratégie commerciale ou technique des concurrents de VSC.

Développement exclusif et dégradation d'accès à Résarail

168. Il a été constaté lors de l'instruction qu'à compter du mois de décembre 2010, VSC a bénéficié à titre exclusif d'un moteur d'itinéraire lui permettant de disposer de résultats de recherche optimisés. Ce moteur d'itinéraire, dénommé SIDH, fait suite à un projet d'optimisation, et in fine de substitution, de l'algorithme d'itinéraire de Résarail qui présentait un certain nombre de limitations techniques.
169. Le développement de SIDH par VSCT, à la demande de la SNCF, a eu pour conséquence de mettre en place un moteur d'itinéraire de meilleure qualité que celui dont était équipé jusque-là Résarail, moteur dont VSC a conservé l'exclusivité pendant près d'un an avant le déploiement vers les autres canaux de distribution. De fait, le recours à ce moteur d'itinéraire permet de pouvoir disposer de résultats de recherche optimisés, notamment en ce qui concerne les liaisons ne transitant pas par Paris, et les trajets à multiples correspondances.
170. Dans un secteur de vente en ligne caractérisé par des prix de détail réglementés, la différenciation technique, la fiabilité et l'exhaustivité des résultats revêtent un caractère stratégique. Au cas d'espèce, le fait pour VSC de pouvoir disposer en exclusivité de résultats de meilleure qualité a pu lui conférer un avantage concurrentiel significatif et injustifié.
171. Par ailleurs, le fait que ce moteur d'itinéraire ait été réservé à VSC pendant près d'un an, alors même que cette solution informatique agit directement sur une base de données ayant le caractère de facilité essentielle est susceptible d'être qualifié d'abus de position dominante au titre de la dégradation relative d'accès à la facilité essentielle en résultant de facto pour les agences de voyages et les GDS non reliés à SIDH.
172. Qui plus est, les données de transport concernées sont extraites d'une base de données qui a été qualifiée de facilité essentielle. À ce titre, VSCT ne saurait favoriser ou faciliter d'une quelconque manière sa société sœur VSC, ou toute autre entité du groupe SNCF dès lors que l'activité concernée entre dans le secteur concurrentiel.

c) Risque de captation du marché professionnel par le Portail Entreprises de la SNCF

173. Le marché connexe de la distribution de train à la clientèle professionnelle présente un fort risque de forclusion du fait du système de mandat utilisé par la SNCF. À l'heure actuelle, la SNCF n'est présente sur ce marché qu'à titre anecdotique par l'intermédiaire du Portail Entreprises, qui ne détient qu'une part infime de ce marché, par volonté de la SNCF de ne pas développer cette activité pour l'heure.
174. Or, du fait du système de mandat utilisé par la SNCF, les agences de voyages ne sont pas détentrices de leur clientèle, et sont dans l'obligation de présenter ces clients à la SNCF pour que ceux-ci bénéficient de tarifs négociés. La SNCF est ainsi en mesure de capter l'ensemble de la clientèle professionnelle du fait de son intégration verticale.

d) Renvoi du site snf.com vers les fiches horaires de VSC

175. Il a été constaté que le site institutionnel de la SNCF, www.sncf.com, mentionne sur sa page d'accueil un lien « horaires et réservations » accompagné du logo de voyages-sncf.com. Une fois cliqué, ce lien ouvre un formulaire de recherche, également marqué du logo de voyages-sncf.com, et qui ne permet que la réservation de trains sur VSC.
176. La mise à disposition des horaires sur le site snf.com et renvoyant vers VSC pour la réservation peut créer un déséquilibre compétitif en captant une partie du trafic et en profitant de la marque SNCF.
177. Le choix de faire assurer cette prestation par VSC alors qu'il s'agit d'une obligation réglementaire relevant in fine de l'EPIC est susceptible de créer dans l'esprit du consommateur une confusion quant au fait que VSC exerce une activité de service public, alors même que l'activité de VSC relève du champ concurrentiel.
178. L'Autorité de la concurrence dans sa pratique décisionnelle a relevé que si l'utilisation de l'image de marque et de la notoriété de l'opérateur historique ne constitue pas un abus en soi, mais est inhérente à la possibilité laissée à ce dernier de développer ses activités dans des domaines ouverts à la concurrence, cette utilisation peut devenir anticoncurrentielle au regard des circonstances particulières de sa mise en œuvre, notamment lorsqu'elle conduit à entretenir la confusion entre une activité de service public et l'activité concurrentielle.¹²

¹² Décision n° [13-D-20](#) du 17 décembre 2013 relative à des pratiques mises en œuvre par EDF dans le secteur des services destinés à la production d'électricité photovoltaïque, §287 – Décision n° [10-D-14](#) du 16 avril 2010 relative à des pratiques mises en œuvre dans le secteur de la valorisation électrique du biogaz, §73.

D. LA MISE EN ŒUVRE DE LA PROCÉDURE D'ENGAGEMENTS

1. LES ENGAGEMENTS PROPOSÉS

179. Pour répondre aux préoccupations de concurrence exprimées et mettre fin à la procédure, la SNCF a soumis le 22 avril 2014 à l'Autorité de la concurrence une proposition comportant douze engagements visant à lever les préoccupations de concurrence soulevées par les services d'instruction.
180. La SNCF a ainsi proposé de mettre en œuvre des engagements visant à :
- Réformer le schéma contractuel de distribution liant les opérateurs tiers à VSCT ;
 - Mettre en place une instance de gouvernance permettant de superviser le développement de nouveaux outils de distribution ;
 - Mettre en place un programme permettant la participation des agences et/ou des GDS à l'expérimentation de nouveaux outils, nouvelles offres ou fonctionnalités de distribution ;
 - Réformer les rapports entre VSCT et VSC, notamment par la création d'une équipe isolée fonctionnellement qui sera en charge des projets et de la gestion des outils informatiques de distribution relevant du périmètre de Résarail ;
 - Faire évoluer le mandat de distribution de VSC vers une convergence avec le système de rémunération issue de la convention SNAV-SNCF ;
 - Faire évoluer les coûts d'accès aux fonctionnalités WDI pour les agences de voyages et les SBT (WDI standard) ;
 - Réorganiser les différents outils Ravel en envisageant la migration conditionnelle de certaines fonctionnalités vers les GDS ;
 - Mettre en place une surveillance de l'évolution des coûts du service dénommé "Portail Entreprises" ;
 - Étendre le déploiement de SIDH aux offres de transport référencées sur Navitaire ;
 - Mettre à disposition les fiches horaires et l'information sur les gares des agences de voyages le souhaitant ;
 - Modifier la diffusion des horaires sur le site sncf.com ;
 - Entreprendre la formation et la sensibilisation du personnel de VSC Groupe.

2. LES RÉPONSES AU TEST DE MARCHÉ

181. La proposition d'engagements de la SNCF a été mise en ligne le 28 avril 2014 dans le cadre du test de marché prévu à l'article L.462-4.
182. À l'issue de ce test, l'Autorité a reçu des observations de la part de six parties distinctes représentant plusieurs catégories d'opérateurs : du saisissant, AS Voyages, de Capitaine Train (agences de voyages implantées en France), de KDS (SBT), de SilverRail (société de technologie spécialisée dans la distribution et la vente de billets de train implantée à l'étranger), et de la SNCB (entreprise ferroviaire étrangère).

183. Les opérateurs ayant soumis des observations à l’Autorité dans le délai imparti ont dans l’ensemble accueilli favorablement le principe des engagements, mais ont néanmoins souligné des insuffisances concernant le degré de séparation envisagé dans la proposition d’engagements entre VSCT et VSC d’une part, et des délais de mise en œuvre jugés trop longs pour plusieurs engagements d’autre part. Par ailleurs, les répondants ont souligné la différence de situation entre les agences de voyages et VSC et ont fait des propositions tendant à un plus grand alignement des conditions dont bénéficie VSC sur celles des agences de voyages concurrentes.
184. Le saisissant comprend l’intérêt du choix d’une procédure d’engagements et est « *conscient de l’avantage qu’offre le monitoring de ces engagements par l’ADLC* ».
185. Capitaine Train, pour sa part, considère que « *la proposition d’engagements contient des remèdes essentiellement de nature comportementale dont les modalités de mise en œuvre sont opaques* ».
186. Ces deux opérateurs insistent de concert sur le caractère trop long des délais de mise en œuvre pour plusieurs des engagements. Ils s’accordent également sur la préférence donnée à une intégration de VSCT par la SNCF et de sa propre fonction informatique par VSC, plutôt que la séparation au sein de l’entité existante proposée par la SNCF à l’engagement n° 4.
187. Pour KDS, les engagements se concentrent essentiellement sur l’offre loisirs alors que les mêmes problématiques se posent concernant l’offre affaires de la SNCF.

II. Discussion

A. SUR LA PERTINENCE DE LA PROCÉDURE D’ENGAGEMENTS

188. Selon les dispositions du I de l’article L. 464-2, l’Autorité de la concurrence peut « *accepter des engagements proposés par les entreprises ou organismes et de nature à mettre un terme à ses préoccupations de concurrence susceptibles de constituer des pratiques prohibées visées aux articles L. 420-1, L. 420-2 et L. 420-5* ».
189. Par ailleurs, l’article 5 du règlement n° 1/2003 du Conseil du 16 décembre 2002, relatif à la mise en œuvre des règles de concurrence prévues aux articles 101 et 102 TFUE prévoit que les autorités de concurrence des États membres sont compétentes pour « *accepter des engagements* ».
190. En l’espèce, les pratiques concernent principalement un traitement plus favorable de la filiale VSC par sa maison mère, susceptibles de restreindre le fonctionnement concurrentiel des marchés précités.
191. Néanmoins, la SNCF a proposé des engagements de nature à améliorer significativement les conditions de concurrence sur les marchés visés et lever les préoccupations soulevées par l’instruction de la saisine.

B. SUR L'APPRÉCIATION DES ENGAGEMENTS PROPOSÉS PAR LA SNCF

1. RÔLE DE L'AUTORITÉ DE LA CONCURRENCE

192. Si l'Autorité de la concurrence peut être amenée à s'exprimer dans un avis sur la structure et le fonctionnement d'un marché sans que sa compétence soit *a priori* limitée, la procédure d'engagements ne lui permet pas d'imposer à un acteur des engagements qui iraient au-delà des préoccupations de concurrence relevées. Elle rend obligatoires des engagements proposés par la mise en cause pour répondre aux risques mis en avant par l'évaluation préliminaire.
193. Naturellement, les engagements proposés par l'entreprise mise en cause, qu'ils soient comportementaux ou structurels, se doivent d'être pertinents, crédibles, et vérifiables, ainsi que précisé par le communiqué de procédure du 2 mars 2009. Un critère supplémentaire de proportionnalité suppose que les engagements soient à la fois nécessaires et suffisants pour mettre un terme à toutes les préoccupations de concurrence identifiées.^[1]
194. Enfin, les remèdes qui peuvent être apportés aux préoccupations de concurrence identifiées sont strictement dépendants du cadre juridique particulier de l'affaire.
195. Au cas d'espèce, les préoccupations de concurrence identifiées par les services d'instruction dérivent pour l'essentiel de la position dominante de la SNCF sur les marchés amont d'une part, et de l'absence de conditions de concurrence équitables sur les marchés aval d'autre part.
196. La situation quasi monopolistique de la SNCF sur le transport ferroviaire de voyageurs a généré une structure de marché dans laquelle elle agit en tant que mandante et dispose par conséquent d'un pouvoir de marché substantiel auprès de ses distributeurs en aval. Par ailleurs, elle intervient également sur le marché aval par le biais de sa filiale VSC, qui agit sur ce marché pourvu de conditions commerciales et d'incitations économiques différentes de celles des autres distributeurs.
197. Compte tenu des préoccupations de concurrence notifiées à la SNCF par les services d'instruction, les engagements proposés par la SNCF afin de clore la procédure visent en premier lieu à recréer les conditions d'un terrain de jeu équitable afin que l'ensemble des opérateurs du marché puissent intervenir sur les marchés visés à armes égales avec la filiale de l'opérateur historique.
198. Toutefois, la création de ces conditions ne signifie pas pour autant qu'il faille aligner l'ensemble des opérateurs sur des conditions strictement identiques. L'égalité des conditions ne signifie pas que l'ensemble des opérateurs soient contraints à entrer dans le cadre d'un modèle économique unique, ou qu'ils soient pourvus de la même structure de coûts, tout particulièrement dans une économie de prix réglementés dans laquelle la différenciation par le service revêt une importance fondamentale.

^[1] Tribunal de première instance des Communautés européennes, 11 juillet 2007, Alrosa/Commission, T-170/06.

199. Dans son avis n° [96-A-12](#) du 17 septembre 1996, le Conseil de la concurrence a rappelé que *« le bon fonctionnement de la concurrence sur un marché n'implique pas nécessairement que tous les opérateurs se trouvent dans des conditions d'exploitation identiques. Il suppose toutefois qu'aucun opérateur ne bénéficie, pour son développement, de facilités que les autres ne pourraient obtenir et d'une ampleur telle qu'elles lui permettent de fausser le jeu de la concurrence, sauf à ce qu'elles soient justifiées par des considérations d'intérêt général »*.
200. Certaines caractéristiques propres aux entreprises publiques et à leurs filiales peuvent apparaître comme des avantages susceptibles de fausser la concurrence. Ils sont parfois aussi la contrepartie des contraintes qui, par ailleurs s'imposent à elles, dont celles liées à leur mission de service public.^[2]
201. De même, les obligations de service public ou les missions d'intérêt général imposées aux entreprises publiques se traduisent parfois par un coût net et le Conseil a insisté à plusieurs reprises sur la nécessité d'une juste compensation financière. Ainsi, le Conseil de la concurrence recommandait dans un avis sur les problèmes de concurrence posés par les services financiers fournis par La Poste que *« le bon fonctionnement de la concurrence implique aussi que les services financiers de La Poste puissent exercer leur activité dans des conditions qui ne les pénalisent pas face à leurs concurrents. C'est pourquoi, il paraîtrait normal que l'ensemble des charges particulières que l'État impose à La Poste d'assumer soient reconnues en tant que telles et fassent l'objet d'une juste compensation financière lorsque leur maintien est jugé nécessaire »*. (Avis n° [96-A-10](#) du 25 juin 1996)
202. S'il est nécessaire de traiter les situations dans lesquelles certaines obligations de la SNCF assumées par VSC sont susceptibles d'avoir des effets anticoncurrentiels sur le marché considéré, il ne s'agit pas a contrario de pénaliser l'intervention de VSC sur le marché en lui imposant de supporter sans compensation des charges spécifiques.
203. Réciproquement, les agences de voyages, dans le cadre de leur liberté commerciale, ne doivent pas être contraintes par l'opérateur dominant de répliquer à l'identique le modèle économique de leur mandant, et doivent être en mesure de développer des services alternatifs basés sur des interfaces différenciées et sans que leurs préférences commerciales soient infléchies par la politique commerciale de la SNCF.
204. Il convient donc que les engagements proposés règlent les préoccupations de concurrence soulevées mais sans pour autant effacer les spécificités propres aux différents opérateurs intervenant sur le marché.

2. OBJECTIFS DES ENGAGEMENTS

205. Au vu des préoccupations de concurrence retenues par les services d'instruction, les engagements proposés par la SNCF doivent poursuivre plusieurs objectifs.
206. Ils doivent en premier lieu permettre de simplifier et clarifier le système de distribution de billets de train afin de permettre, non un alignement général des conditions d'exercice de

^[2] Cf. Rapport annuel du Conseil de la concurrence, 2003 p.81.

l'activité, mais de mettre en place des conditions de concurrence équitables et non discriminatoires.

207. VSC en tant que filiale de l'opérateur historique s'est vue déléguer par sa maison mère un certain nombre de missions spécifiques, dont certaines relèvent des missions de service public qui échoient à l'EPIC SNCF au titre du décret n° 83-817 du 13 septembre 1983 portant approbation du cahier des charges de la SNCF. À l'inverse, VSC a pu bénéficier de prestations réalisées pour elle par sa maison mère. Ce traitement particulier est susceptible d'induire une perturbation dans la concurrence que VSC livre aux agences de voyages tierces. Il conviendrait que les missions supportées respectivement par VSC et l'EPIC ainsi que les contreparties éventuelles qu'elles justifient soient clarifiées afin d'assurer une concurrence saine sur le marché de la distribution des billets de train.
208. Les engagements doivent également permettre de mettre en place des outils de distribution dédiés pour que les agences de voyages déterminent si elles souhaitent simplement avoir accès à l'inventaire de Réсарail pour distribuer des billets de train, ou si elles souhaitent concurrencer VSC sur la distribution en ligne de billets de train, à charge pour elles de développer leurs interfaces de distribution.
209. L'un des objectifs centraux est de clarifier l'organisation de VSC Groupe et de prévenir d'éventuels échanges d'informations afin que les agences de voyages soient en mesure de s'adresser aux services techniques de la SNCF pour l'accès à Réсарail sans craindre que des informations stratégiques soient communiquées à leur principal concurrent.
210. Il s'agit enfin de prévenir les risques de remonopolisation du marché des services d'agences de voyages prestés pour les voyages professionnels.

3. APPRÉCIATION DES ENGAGEMENTS DANS LEUR VERSION DÉFINITIVE

211. L'Autorité de la concurrence estime que l'offre d'engagements soumise par la SNCF puis améliorée en séance est crédible et concrétise un effort significatif dans la mesure où ces engagements ont un effet structurant sur le modèle de distribution de billets de train de la SNCF. Ils permettent d'envisager une réforme structurelle et une clarification substantielle du système de distribution de trains de la SNCF, ainsi qu'une nécessaire redéfinition des relations entre l'opérateur historique et sa filiale VSC sur un marché concurrentiel.
212. La proposition soumise par la SNCF est caractérisée par une approche globale qui permet de clarifier le système de distribution de billets de train de la SNCF. Cette approche systémique permet en particulier une bonne cohérence des engagements proposés afin de répondre aux préoccupations de concurrence soulevées par les services d'instruction de l'Autorité.

a) Sur la préoccupation de discrimination

213. Les propositions d'engagements ont pour effet principal de mettre fin au particularisme de VSC sur le marché en assimilant la filiale de l'opérateur historique au régime général des agences de voyages (**engagement n° 5**). En la soumettant à un système de rémunération similaire à celui des agences de voyages, VSC interviendra sur le marché avec les mêmes incitations économiques. De même, la SNCF sera incitée à prendre en compte sa filiale lors des renégociations périodiques de la convention SNAV-SNCF. Les engagements proposés apparaissent également de nature à mettre fin à l'inflexion de la politique commerciale des agences de voyages vers la clientèle professionnelle. Enfin, la délimitation du périmètre

comptable des obligations spécifiques de VSC, ainsi que la refacturation par la SNCF de prestations identifiées qu'elle effectue pour le compte de sa filiale sera de nature à assurer une plus grande transparence de l'intervention de VSC dans le secteur concurrentiel, ce qui permettra d'assurer le caractère vérifiable de cet engagement.

214. Par ailleurs, la réduction de la barrière tarifaire à l'utilisation de Ravel Gold (**engagement n° 6**) est susceptible de faciliter l'accès à des solutions de type Ravel Gold, seules capables de permettre de répliquer, avec l'accès GDS-WDI, l'intégralité de l'offre de VSC en englobant l'ensemble de l'offre de transport de la SNCF (iDTGV et Ouigo), d'intégrer l'offre d'autres transporteurs sur la même plate-forme, et de permettre ainsi l'émergence d'opérateurs de distribution indépendants des opérateurs ferroviaires, en vue de l'ouverture à la concurrence du transport ferroviaire de voyageurs.
215. Les engagements proposés permettent par ailleurs de clarifier l'offre de distribution de la SNCF en distinguant les agences souhaitant simplement distribuer des billets de train de celles souhaitant effectivement concurrencer VSC sur la vente en ligne.
216. L'étude d'une migration vers les GDS des interfaces visuelles Ravel Classic et Premier (**engagement n° 7**) permettra, si les négociations devaient aboutir, d'une part de décharger la SNCF de cette mission sans mettre fin à ce type d'accès pour les agences ne souhaitant ou ne pouvant pas développer leur propre interface; d'autre part, d'envisager une possible mutualisation à terme des accès iDTGV et Ouigo via les GDS.

b) Sur la préoccupation relative à l'organisation de la SNCF

217. Le fait de réformer substantiellement l'organisation de VSCT (**engagement n° 4**) et ses relations tant avec VSC qu'avec ses concurrents, permet de mettre un terme à la porosité entre les deux sociétés sœurs en matière de communication et de facilités de développements. Les engagements ayant trait à VSCT isolent clairement en son sein une équipe dédiée ayant en charge les relations avec les agences de voyages, VSC compris, dans le cadre de leurs besoins techniques spécifiques.
218. Cette séparation accompagnée de garanties et d'une isolation des outils informatiques utilisés par l'équipe dédiée permet de préserver la confidentialité des demandes des distributeurs, tout en maintenant le statut de filiale de VSCT, qui sert de prestataire informatique à de nombreuses filiales du groupe SNCF.
219. La vérification du respect de cet engagement sera confiée à un mandataire indépendant nommé après agrément de l'Autorité. Il devra se rendre une fois par an dans les locaux hébergeant l'Équipe Dédiée et pourra s'y rendre une seconde fois de manière inopinée.
220. L'engagement relatif au transfert des contrats (**engagement n° 1**) est de nature à clarifier la relation commerciale entre les agences de voyages, leur concurrent VSC et la SNCF, en repositionnant cette relation commerciale au niveau de l'EPIC.
221. La mise en place d'une instance de gouvernance (**engagement n° 2**) doit permettre de distinguer les outils et solutions qui relèvent de la responsabilité des distributeurs (y compris VSC) de ceux qui relèvent de celle de la SNCF en tant que détenteur d'une infrastructure essentielle. Cette instance permet de clarifier les rôles et le financement des différents acteurs et permettra également d'éviter qu'un outil demandé par VSC mais relevant du périmètre de la facilité essentielle ne soit pas mis à disposition de l'ensemble des concurrents. Afin de garantir l'objectivité des décisions prises par l'instance, un tiers indépendant au groupe SNCF y siègera. Ce dernier disposera d'une expertise dans la

distribution et les systèmes d'information dans le secteur du transport ferroviaire ; nommé sur proposition de la SNCF, il sera soumis à l'agrément de l'Autorité de la concurrence.

222. De plus, la mise en place d'un programme d'expérimentation (**engagement n° 3**), comme défini dans la proposition d'engagements permet d'éviter que l'exclusivité d'une solution en phase d'expérimentation ne soit laissée à VSC. La rédaction de l'engagement au cas d'espèce fait peser sur la SNCF une obligation de résultat pour que toute agence intéressée soit en mesure d'accéder aux développements expérimentaux, sous réserve d'une obligation de confidentialité. En fonction des besoins de l'expérimentation ainsi que du type d'outil concerné, il pourra être opérée une sélection des agences participantes sur la base de critères objectifs.
223. Le déploiement SIDH à iDTGV et Ouigo (**engagement n° 9**) permet de rendre cohérente la chaîne de distribution de l'offre de transport de la SNCF en permettant à l'ensemble des opérateurs disposant de contrats avec ces transporteurs filiales de la SNCF de bénéficier de la même qualité de résultats de recherche que VSC.
224. La formation des personnels de la SNCF, de VSC et VSCT (**engagement n° 12**) est également un point positif dans la mesure où certains comportements individuels observés en cours d'instruction faisaient apparaître une certaine méconnaissance des responsabilités liées au statut d'opérateur dominant.

c) Sur la préoccupation relative au Portail Entreprises

225. La surveillance annuelle des coûts et recettes du Portail Entreprises (**engagement n° 8**) est adaptée à la préoccupation de concurrence soulevée par les services d'instruction. S'il n'a pas été démontré que l'offre du Portail n'était pas répliquable, le risque potentiel d'un développement rapide de celui-ci au détriment des agences de voyages pourrait être observé et anticipé par l'Autorité dans la mesure où l'obligation de transmission d'informations porte également sur les deux années suivantes.

d) Sur la préoccupation relative à la mise à disposition des horaires

226. Les engagements proposés (**engagements n° 10 et 11**) permettent de mettre fin à la mise à disposition par la SNCF au public des horaires ferroviaires sur le seul site VSC. Le fait de faire figurer ces horaires également sur le site de la SNCF est de nature à atténuer la confusion entre cette activité de service public et l'activité concurrentielle. De plus, l'intégration des consultations d'horaires sur VSC par les internautes dans le ratio « look-to-book » de cette dernière permet de remettre l'ensemble des agences sur un pied d'égalité quant à l'application dudit ratio.
227. Enfin, la mise à disposition des informations relatives aux gares permet aux agences de proposer des informations relatives au transport ferroviaire, qui étaient jusqu'ici uniquement disponibles sur VSC.

e) Sur la durée des engagements

228. Les engagements sont proposés pour une durée indéterminée. Toutefois, à l'expiration d'un délai de cinq ans après leur entrée en vigueur, l'Autorité de la concurrence et SNCF se rencontreront pour évaluer la pertinence du maintien de ces engagements, au vu notamment de l'évolution de la concurrence sur les marchés de la distribution des billets de train et du transport ferroviaire de voyageurs.

C. CONCLUSION

229. À la demande du collège, des améliorations ont été apportées lors des séances de l'Autorité des 11 et 15 juillet 2014. La proposition d'engagements de la SNCF a été encore améliorée. La version définitive de ces propositions est reproduite ci-après.
230. L'Autorité de la concurrence considère que les engagements de la SNCF, dans leur version finale, répondent à ses préoccupations de concurrence et présentent un caractère substantiel, crédible et vérifiable. Il y a donc lieu d'accepter les engagements de la SNCF, de les rendre obligatoires et de clore la procédure.

DÉCISION

Article 1^{er} : L'Autorité de la concurrence accepte les engagements pris par la SNCF, qui font partie intégrante de la décision. Ces engagements sont rendus obligatoires à compter de la notification aux parties de la présente décision.

Article 2 : La procédure enregistrée sous le numéro 10/0052F est close.

Délibéré sur le rapport oral de M. Yannick Palle, rapporteur, et l'intervention de M. Nicolas Deffieux, rapporteur général adjoint, par M. Emmanuel Combe, vice-président, président de séance, et Mmes Isabelle de Silva et Marie-Laure Sauty de Chalon, membres.

La secrétaire de séance,
Caroline Chéron

Le président,
Emmanuel Combe

« OBSERVATIONS LIMINAIRES

Le 11 mai 2010 les sociétés AS Voyages, Karavel et Lastminute ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par SNCF sur le marché de la distribution de billets de train, saisine assortie d'une demande de mesures conservatoires.

Après s'être toutes les trois désistées de leur demande de mesures conservatoires le 15 juillet 2010, les sociétés Lastminute et Karavel se sont en outre désistées de leur saisine au fond, respectivement les 21 décembre 2010 et 13 avril 2011.

Les services d'instruction de l'Autorité ont poursuivi l'instruction de ce dossier et ont notifié à SNCF, en application des articles L. 464-2 I et R. 464-2 du code de commerce, une note d'évaluation préliminaire, en date du 11 mars 2014, exposant des préoccupations de concurrence.

En réponse à cette évaluation préliminaire et aux préoccupations de concurrence qui y sont exprimées et qui ont été discutées lors de la séance devant l'Autorité de la concurrence le 11 juillet 2014, le groupe SNCF (entendu dans le cadre de la présente proposition comme l'EPIC SNCF et ses filiales Voyages-sncf.com, ci-après "VSC", et VSC-Technologies, ci-après "VSCT") propose de mettre en œuvre les engagements ci-dessous.

Il est précisé à titre liminaire que cette proposition d'engagements ne comporte et n'implique aucune reconnaissance par le groupe SNCF (i) du bien-fondé de la plainte ou de la matérialité des faits qu'elle dénonce et (ii) de la violation d'une règle de droit de quelque nature que ce soit, ou d'une responsabilité de quelque nature que ce soit, en lien avec les faits allégués.

Sauf indication contraire, les propositions formulées ci-dessous s'appliquent aux seules relations entre le groupe SNCF, les agences de voyages agréées SNCF (ci-après les "Agences de voyages" ou les "Agences") et les GDS pour la distribution de billets de train relevant du champ d'application de la convention SNAV-SNCF.

1. ENGAGEMENT RELATIF AU SCHEMA CONTRACTUEL DE DISTRIBUTION

1.1 Afin de clarifier son schéma de distribution, le groupe SNCF s'engage à ce que tous les contrats relatifs à WDI (à ce jour dénommés contrats WDI, Ravel Gold, Ravel Premier, Ravel Classic et Ravel Web Services), qui lient actuellement les Agences de voyages ou VSC à VSCT, soient dorénavant conclus entre les Agences de voyages ou VSC d'une part, et l'EPIC SNCF, d'autre part.

1.2 Cet engagement s'appliquera aux contrats en cours dans les conditions définies ci-après.

1.3 Sa mise en œuvre interviendra dans le respect des modalités de terminaison et de résiliation prévues contractuellement avec chaque utilisateur de WDI.

1.4 Malgré ces contraintes juridiques, le groupe SNCF s'engage à faire ses meilleurs efforts afin de conclure les nouveaux contrats dans les meilleurs délais.

1.5 Dans ce but, le groupe SNCF s'engage pour les contrats Ravel Premier, Ravel Classic et Ravel Web Services, dans un délai de 2 mois à compter de la conclusion de l'étude visée dans l'engagement n° 7 ci-dessous et dans l'hypothèse où cette étude conduirait à conserver le ou les outil(s) visé(s) dans ledit engagement, à adresser à l'ensemble des Agences de voyages concernées une lettre-accord dans laquelle le groupe

SNCF leur proposera de conclure un nouveau contrat qui se substituera aux contrats en cours avant leur date d'échéance.

1.6 S'agissant des contrats Ravel Gold et du contrat conclu entre VSC et VSCT pour l'utilisation de WDI, le groupe SNCF s'engage à proposer aux clients Ravel Gold et à VSC de conclure un nouveau contrat avec l'EPIC SNCF d'ici le 1er janvier 2015.

2. ENGAGEMENT RELATIF AU DÉVELOPPEMENT DE NOUVEAUX OUTILS DE DISTRIBUTION

2.1 Afin de clarifier la gouvernance des outils de distribution "transporteur", le groupe SNCF propose de créer une instance de gouvernance chargée de statuer sur toute demande relative aux outils de distribution provenant des Agences de voyages, de VSC, de VSCT, des GDS et du transporteur SNCF.

2.2 Cette instance de gouvernance, rattachée au Directeur général de la branche SNCF-Voyages, sera composée selon la nature des demandes, de directeurs, ou de représentants qu'ils désigneront, des fonctions financières, juridiques, informatiques, commerciales et/ou marketing. VSC ou ses représentants, les Agences de voyages ou les GDS, ne participeront pas aux réunions de cette instance sauf quand leur présence sera nécessaire pour présenter leur demande.

2.3 Le groupe SNCF propose que participe à cette instance un tiers indépendant au groupe SNCF ayant une expertise dans la distribution et les systèmes d'information dans le secteur du transport ferroviaire. Ce tiers sera nommé sur proposition de SNCF et soumis à l'agrément de l'Autorité de la concurrence dans les conditions définies ci-dessous.

2.4 Dans un délai de 2 mois suivant la notification de la décision de l'Autorité de la concurrence, SNCF proposera à l'Autorité le nom dudit tiers ainsi qu'une lettre de missions.

2.5 SNCF s'engage à fournir toutes les informations permettant à l'Autorité de s'assurer que le tiers est indépendant de SNCF et qu'il remplit les conditions de professionnalisme, d'impartialité et d'expertise nécessaires à l'exécution de sa mission.

2.6 SNCF décrira également les modalités de rémunération du tiers indépendant. Le tiers indépendant sera rémunéré par SNCF selon des modalités qui ne porteront pas atteinte à la bonne exécution de ses missions ni à son indépendance.

2.7 L'Autorité pourra accepter le tiers indépendant proposé, ainsi que les missions assignées, ou le refuser par décision écrite motivée. En cas de refus d'agrément du tiers indépendant par l'Autorité, un nouveau candidat sera proposé dans les mêmes conditions, dans un délai d'un mois suivant la notification écrite à SNCF du refus d'agrément. En cas de deuxième refus d'agrément, l'Autorité proposera elle-même, dans les meilleurs délais, un tiers indépendant dont la nomination sera effectuée après consultation de SNCF.

2.8 L'instance de gouvernance se réunira dans un délai maximum de 2 mois après réception d'une demande documentée émanant des Agences de voyages, de VSC, de VSCT, des GDS ou du transporteur SNCF. Elle étudiera chaque demande dans un délai raisonnable. À l'issue de cette étude, elle déterminera si le transporteur SNCF réalise ou non le projet envisagé et, le cas échéant, à quelles conditions. Les demandes parvenant à cette instance feront l'objet d'un traitement non discriminatoire.

2.9 Sera considéré comme un outil transporteur tout outil non duplicable techniquement par un distributeur et par un fournisseur d'outils de distribution. Tout autre outil sera en principe considéré comme un outil distributeur.

2.10 Les décisions prises par l'instance de gouvernance feront l'objet d'un procès-verbal motivé. Ce procès-verbal sera conservé aussi longtemps que l'outil est utilisé. Il ne sera accessible qu'aux services du groupe SNCF représentés dans l'instance de gouvernance, au tiers indépendant, à l'entité à l'origine de la demande, dans une version au besoin expurgée des secrets d'affaires, ainsi qu'aux services de l'Autorité de la concurrence.

2.11 Si, au terme de l'examen, l'instance de gouvernance conclut que le projet relève de la responsabilité du transporteur SNCF, et si le transporteur SNCF accepte de développer ce nouvel outil, le groupe SNCF s'engage alors à le rendre accessible, dans des conditions équivalentes, d'une part, à VSC et aux Agences de voyages et, d'autre part, aux GDS, si ils ou elles sont placé(e)s dans une même situation. Ainsi, un nouvel outil pourrait être déployé sur l'ensemble des canaux de distribution alors qu'un autre pourrait s'adresser aux seuls canaux on-line. En outre, le développement de ces outils sera assuré par le transporteur SNCF, qui en supportera également les coûts, à l'exception des coûts propres à chaque distributeur qui resteront à leur charge.

2.12 Si, au terme de l'examen, l'instance de gouvernance conclut que le projet relève de la responsabilité de VSC, des Agences de voyages et/ou des GDS, il reviendra à VSC, à l'Agence de voyages et/ou au GDS à l'origine de la demande de développer ce nouvel outil. VSC, cette Agence et/ou ce GDS supportera ses propres coûts et, éventuellement, les coûts auxquels le transporteur SNCF pourrait être exposé.

2.13 Dans une optique de développement de l'offre train, ces engagements n'interdisent pas le transporteur SNCF de proposer volontairement à l'instance de gouvernance des projets d'outils distributeurs. Dans l'hypothèse où le transporteur SNCF mettrait ces outils à disposition des distributeurs, il le ferait dans les conditions visées au paragraphe 2.11 ci-dessus.

2.14 L'instance de gouvernance entrera en fonction une fois le tiers visé au paragraphe 2.3 ci-dessus désigné.

3. ENGAGEMENT RELATIF À LA PARTICIPATION DES AGENCES ET/OU DES GDS À L'EXPÉRIMENTATION DE NOUVEAUX OUTILS, NOUVELLES OFFRES OU FONCTIONNALITÉS DE DISTRIBUTION

3.1 Pour le déploiement de nouveaux outils, de nouvelles fonctionnalités et de nouvelles offres relevant de la responsabilité du transporteur SNCF, le groupe SNCF s'engage à associer dans les conditions définies ci-après des Agences de voyages et/ou des GDS qui souhaitent participer à l'expérimentation ou au lancement de ces nouveaux outils, de ces nouvelles fonctionnalités ou de ces nouvelles offres.

3.2 Compte tenu de la confidentialité potentielle des projets en question et de la nécessité de limiter le nombre des opérateurs participant à la phase d'expérimentation, le groupe SNCF propose de mettre en place un programme général d'expérimentation. Seront associées à ce programme, outre VSC, un nombre limité d'Agences de voyages volontaires. À cette fin, le groupe SNCF informera l'ensemble des Agences de voyages du lancement de ce programme général d'expérimentation par le biais de l'outil FERIA (outil professionnel d'information mis en place par SNCF à destination des Agences de voyages). Les Agences intéressées seront sélectionnées sur la base de critères objectifs

tenant notamment à la nature de leur clientèle, à leurs compétences technologiques ou à leur volume d'affaires.

3.3 Le programme d'expérimentation sera lancé dans un délai de 6 mois à compter de la notification de la décision de l'Autorité. La participation à une ou plusieurs expérimentation(s) dans le cadre de ce programme, donnera lieu à la conclusion d'un accord de confidentialité entre les participants et SNCF. La participation au lancement, y compris la phase d'expérimentation, d'un nouveau produit, d'une nouvelle fonctionnalité ou d'une nouvelle offre n'oblige pas le groupe SNCF à supporter les coûts auxquelles les Agences de voyages, VSC et/ou les GDS qui souhaitent y participer, pourraient être exposés.

3.4 Pendant la période comprise entre la notification de la décision et le lancement du programme d'expérimentation, SNCF s'engage à présenter aux Agences de voyages, dans le cadre de la première commission fer organisée par le SNAV qui suivra la notification de la décision de l'Autorité, les évolutions commerciales et technologiques nécessitant une intégration par les Agences de voyages.

4. ENGAGEMENT RELATIF AUX RAPPORTS ENTRE VSCT ET VSC

4.1 VSCT, filiale de la société VSC Groupe, est une société spécialisée dans les prestations informatiques en matière de systèmes d'information et de distribution dans le domaine ferroviaire, l'édition et la gestion de logiciels applicatifs. À l'heure actuelle, VSCT gère un certain nombre d'outils informatiques, certains relevant du transporteur SNCF et d'autres du distributeur VSC. VSCT est donc en contact permanent et direct avec SNCF, VSC et les Agences de voyages pour la gestion d'outils de distribution de produits SNCF.

4.2 En complément de l'engagement relatif à l'évolution de son schéma contractuel de distribution (visé dans l'engagement n° 1 ci-dessus), le groupe SNCF propose de faire évoluer son organisation dans trois directions.

4.3 D'une part, le groupe SNCF propose de transférer la gouvernance de l'outil WDI et la gestion de la « roadmap » y afférente à l'EPIC SNCF. Cette gouvernance et cette gestion se feront de manière non discriminatoire.

4.4 D'autre part, le groupe SNCF propose de modifier l'organisation interne de VSCT, notamment en désignant et en isolant en son sein une équipe (appelée "Équipe Dédiée") qui sera en charge des projets et de la gestion des outils informatiques de distribution "transporteur" de son ressort à destination des Agences de voyages, des GDS et des SBT. La vérification du respect de cet engagement sera confiée à un mandataire indépendant.

4.5 Enfin, le groupe SNCF propose la mise en œuvre d'un nouveau processus dédié au traitement des demandes de VSC, des Agences de voyages, des GDS et des SBT relatives aux outils informatiques de distribution de produits SNCF. Dorénavant, ces demandes ne parviendront plus directement à VSCT mais seront adressées à une entité désignée pour cette mission au sein de SNCF ("l'Entité SNCF"), à charge pour cette dernière d'assurer le traitement de cette demande par l'Équipe Dédiée de VSCT présentée au paragraphe 4.4 ci-dessus.

4.6 La description détaillée de l'engagement proposé par le groupe SNCF figure en Annexe 1 des présents engagements.

4.7 *La mise en œuvre de cet engagement se fera dans le respect des règles d'information et de consultation des instances représentatives du personnel, éventuellement applicables. Elle s'achèvera dans un délai maximum de 12 mois.*

5. *ENGAGEMENT RELATIF À L'ÉVOLUTION DU MANDAT DE VSC*

5.1 *Le groupe SNCF propose de modifier le mandat actuel de VSC afin de distinguer en son sein (i) les obligations qui pèsent sur VSC au même titre que les Agences de voyages et (ii) les obligations spécifiques de VSC.*

5.2 *Le groupe SNCF propose également d'appliquer à VSC les mêmes conditions de rémunération que celles actuellement appliquées aux Agences de voyages dans le cadre de la convention SNAV.*

5.3 *Par ailleurs, SNCF s'engage à refacturer à VSC les prestations qu'elle réalise pour son compte. Cette facturation devra permettre d'identifier a minima chacun des postes.*

5.4 *SNCF mettra en œuvre cet engagement au 1er janvier 2015.*

6. *ENGAGEMENT RELATIF AUX COÛTS D'ACCÈS AUX FONCTIONNALITÉS WDI POUR LES AGENCES DE VOYAGES ET LES SBT (WDI STANDARD)*

6.1 *Afin de limiter les coûts d'accès aux fonctionnalités WDI (WDI Standard) pour les Agences de voyages et les SBT, en particulier en période de démarrage, SNCF propose pour le futur de réviser à la baisse ses tarifs pour ces dernières. Cette baisse prendra deux formes.*

6.2 *D'une part, SNCF propose de supprimer le montant fixe mensuel de 5.700 euros (soit 68.400 euros/an) facturé actuellement aux Agences de voyages pour l'utilisation de WDI.*

6.3 *Toutefois, afin d'éviter que des Agences souscrivent à Ravel Gold sans l'utiliser, ou en l'utilisant dans des proportions très limitées, SNCF propose d'appliquer aux Agences utilisatrices une facturation minimale mensuelle de 1.000 euros (soit 12.000 euros/an), ce qui représente une consommation moyenne de 3000 PSEG/mois. L'ajustement éventuel entre la consommation réelle et ce montant annuel de 12.000 euros se fera à l'occasion de la dernière facture de l'année contractuelle.*

6.4 *D'autre part, SNCF propose également de baisser significativement le prix facturé pour les premières tranches de PSEG Brut.*

6.5 *Les mêmes conditions seront appliquées aux SBT qui utilisent la solution RIVA.*

6.6 *SNCF produit en Annexe 2 la grille de facturation actuellement applicable (grille n° 1), et celle proposée pour l'avenir (grille n° 2).*

7. *ENGAGEMENT RELATIF À LA RÉORGANISATION DES DIFFÉRENTS OUTILS RAVEL (RAVEL PREMIER, RAVEL CLASSIC ET RAVEL WEB SERVICES)*

7.1 *Dans un délai de deux mois à compter de l'entrée en vigueur des engagements, SNCF propose de lancer une étude avec l'ensemble des parties prenantes (Agences concernées, ou un groupe d'Agences représentatives, et GDS) sur la faisabilité et les conditions d'une migration dans un délai raisonnable des Agences utilisant les outils Ravel vers un GDS (cette migration pouvant par exemple intervenir dans un délai de 6 mois).*

7.2 Si au terme de cette étude, une migration de ces Agences vers les GDS est envisageable, SNCF demandera à l'ensemble des Agences utilisant le ou les outil(s) concerné(s) d'opérer une migration vers les GDS. SNCF accompagnera les Agences de voyages concernées en prévoyant une enveloppe budgétaire permettant de financer une partie du coût représenté par cette migration (si de tels coûts existent et sont justifiés), à condition que cette migration concerne toutes les Agences. Une fois cette migration opérée, SNCF pourra mettre un terme à l'exploitation des outils Ravel Premier, Ravel Classic et Ravel Web Services.

7.3 En revanche, si au terme de cette étude une telle migration n'est pas envisageable, SNCF s'engage :

- soit à conserver les outils Ravel Premier, Ravel Classic ou Ravel Web Services, ainsi que les contrats y afférents, sans modifier la grille de facturation applicable aux Agences ;
- soit à fusionner certains des outils Ravel entre eux (par exemple en migrant les Agences de l'outil Ravel Classic vers l'outil Ravel Premier) ; dans un tel scénario SNCF pourra accompagner les Agences de voyages en prévoyant une enveloppe budgétaire permettant de financer une partie du coût représenté par cette migration (si de tels coûts existent et sont justifiés) ;
- en tout état de cause, SNCF se réserve le droit de mettre un terme à l'exploitation du ou des outils Ravel Premier, Classic ou Web Services s'il n'y a plus d'Agence utilisant ce ou ces outil(s).

8. ENGAGEMENT RELATIF AU SERVICE DÉNOMMÉ "PORTAIL ENTREPRISES"

8.1 SNCF s'engage à communiquer à l'Autorité de la concurrence annuellement un tableau reprenant l'ensemble des coûts et des recettes du Portail Entreprises. Ce tableau couvrira au minimum l'année en cours, deux années passées et deux années à venir sur une base prévisionnelle.

Ce tableau sera établi sur la base d'un modèle adressé à l'Autorité de la concurrence.

8.2 SNCF s'engage également à communiquer à l'Autorité de la concurrence chaque nouvelle grille tarifaire applicable à la commercialisation du Portail Entreprises au plus tard un mois avant son entrée en vigueur.

9. ENGAGEMENT RELATIF AU DÉPLOIEMENT DE SIDH

9.1 Le groupe SNCF s'engage à donner, aux Agences de voyages et aux GDS, accès à une version de l'outil SIDH (Service d'Itinéraire et de Données Horaires) étendue aux offres de la branche SNCF Voyages non encore accessibles, à savoir iDTGV et OUIGO.

9.2 Cette mise à disposition (ayant pour objet la vente de l'offre SNCF ci-dessous) sera réservée aux Agences qui disposent par ailleurs de la possibilité effective de commercialiser les offres SNCF et/ou iDTGV et/ou OUIGO dans les conditions définies par le transporteur.

9.3 Elle ne fera pas l'objet d'une facturation supplémentaire de la part de SNCF aux Agences de voyages et aux GDS qui en bénéficieront.

9.4 Le groupe SNCF s'engage à contacter les Agences commercialisant les offres iDTGV et/ou OUIGO dans un délai de 2 mois à compter de la notification de la décision de l'Autorité afin de leur proposer le bénéfice de l'engagement défini au paragraphe 9.1.

9.5 Le groupe SNCF s'engage à rendre effectif l'accès à cette version de SIDH dans un délai maximum de 6 mois à compter de l'accord de chaque Agence sous réserve de la bonne coopération notamment technique de l'Agence concernée

10. ENGAGEMENT RELATIF AUX FICHES HORAIRES ET A L'INFORMATION SUR LES GARES SUR LE SITE DES AGENCES DE VOYAGES

10.1 Le groupe SNCF s'engage pour l'avenir à ce que VSC inclue les requêtes émises pour de simples recherches horaires sur son site dans le ratio look-to-book auquel elle est astreinte en vertu de sa licence WDI, en plus des requêtes de réservation comme c'est le cas aujourd'hui. La mise en œuvre de cet engagement se fera dans un délai maximum de 6 mois à compter de la notification de la décision de l'Autorité.

10.2 En plus des fiches horaires, que les Agences peuvent réaliser et paramétrer à partir de requêtes issues des systèmes de distribution mis à disposition par le groupe SNCF, et de la liste des gares déjà fournies à l'intégralité des Agences de voyages via les outils de distribution, le groupe SNCF s'engage à fournir les données complémentaires d'horaires d'ouverture des gares aux Agences de voyages qui lui en feraient la demande. La mise en œuvre de cet engagement se fera dans un délai maximum de 6 mois à compter de la notification de la décision de l'Autorité.

11. ENGAGEMENT RELATIF À LA DIFFUSION DES HORAIRES SUR LE SITE SNCF.COM

11.1 S'agissant de l'accès aux horaires de train, le groupe SNCF s'engage à modifier son site "sncf.com" dans les conditions suivantes :

- Dissocier l'accès aux "Horaires" de l'accès aux "Réservations" (les deux services étant aujourd'hui regroupés sous un onglet unique "Horaires & Réservation" renvoyant vers le site voyages-sncf.com) ;
- Proposer l'accès aux "Horaires" depuis son site sncf.com sans référence et sans renvoi au site voyages-sncf.com (la fonction "Réservation", inchangée, sera donc indépendante de la fonction "Horaires").

11.2 La mise en œuvre de cet engagement sera effective au plus tard le 31 décembre 2014.

12. ENGAGEMENT RELATIF À LA SENSIBILISATION DU PERSONNEL

12.1 Le groupe SNCF s'engage à mettre en place, concomitamment à la mise en œuvre des engagements listés ci-dessus, des actions de formation au droit de la concurrence et de sensibilisation à la bonne exécution des présents engagements auprès des personnels de SNCF, de VSC et de VSCT directement concernés par les présents engagements.

12.2 Ainsi, les personnels de SNCF, de VSC et de VSCT directement concernés par les présents engagements seront soumis à une obligation de formation qui portera principalement sur les risques liés à leur fonction au sein de SNCF, VSC ou VSCT. Elle portera sur le droit de la concurrence en général et sur les risques d'abus de position

dominante liés au traitement discriminatoire des Agences de voyages, des GDS et des SBT en particulier. Cette formation inclura un module relatif à la présentation des présents engagements et des modalités de leur mise en œuvre.

12.3 La formation contiendra une partie théorique et une partie relative à la vérification des connaissances basée sur des cas pratiques.

12.4 Les personnels concernés seront convoqués à ces formations, les convocations rappelleront le caractère obligatoire de ces formations. Par ailleurs, des feuilles de présence seront établies afin de vérifier la présence des personnels concernés.

12.5 Ces actions de formation et de sensibilisation à la bonne exécution des présents engagements seront menées régulièrement afin que les personnes rejoignant SNCF, VSC ou VSCT dans le cadre de fonctions directement concernées par les présents engagements, puissent en bénéficier.

12.6 Ces actions de formation et de sensibilisation à la bonne exécution des présents engagements seront renforcées pour le personnel rattaché à l'Équipe Dédiée visée à l'engagement n° 4.

12.7 Ainsi, le groupe SNCF établira, à l'attention des membres de l'Equipe Dédiée, un guide qui couvrira tous les aspects du droit de la concurrence et plus particulièrement la question des risques d'abus de position dominante découlant d'un traitement discriminatoire des Agences de voyages, des GDS et des SBT par rapport à VSC. Il inclura une présentation spécifique des engagements applicables à l'Équipe Dédiée.

12.8 Ce guide présentera également les risques encourus par le groupe SNCF en cas de violation du droit de la concurrence et de non-respect des engagements.

12.9 Les membres de l'Equipe Dédiée seront tenus de prendre connaissance de ce guide, de signer une attestation dans le cadre de laquelle ils reconnaîtront avoir pris connaissance dudit document et s'engagent à en respecter le contenu. Le non-respect de cet engagement par un membre de l'Equipe Dédiée pourra donner lieu à une sanction disciplinaire, dans le respect du droit du travail.

12.10 À l'exception des actions destinées à l'Équipe Dédiée, qui seront réalisées dans un délai de 6 mois à compter de la mise en place de cette Equipe, le présent engagement devra être réalisé dans un délai de 12 mois à compter de la notification de la décision de l'Autorité.

12.11 Le groupe SNCF adressera à l'Autorité une fois par an un rapport dans lequel seront retracées les informations suivantes : les actions de formation entreprises, le contenu des formations, les noms des personnels ayant participé à ces formations, le nombre d'heures et tout ou partie des supports ayant servi dans le cadre de ces formations.

13. DURÉE DES ENGAGEMENTS

13.1 Les présents engagements entreront en vigueur immédiatement après la notification à SNCF de la décision de l'Autorité de la concurrence et seront mis en œuvre dans les conditions définies pour chacun d'eux.

13.2 Ils sont proposés pour une durée indéterminée.

13.3 Toutefois, à l'expiration d'un délai de cinq ans après leur entrée en vigueur, l'Autorité de la concurrence et SNCF se rencontreront pour discuter de la pertinence du

maintien de ces engagements, au vu notamment de l'évolution de la concurrence sur les marchés de la distribution des billets de train et du transport ferroviaire de voyageurs.

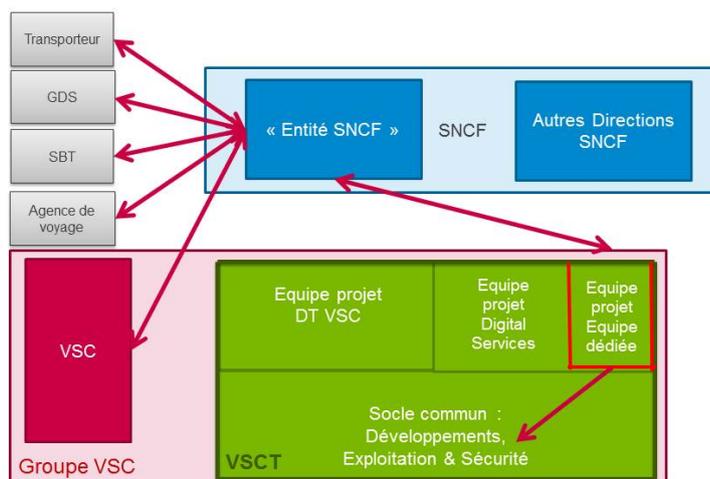
13.4 Les points 13.2 et 13.3 sont sans préjudice de la possibilité pour SNCF de se rapprocher de l'Autorité, conformément aux dispositions du point 46 du communiqué de procédure de l'Autorité du 2 mars 2009 relatif aux engagements en matière de concurrence, en particulier si l'un des faits sur lesquels repose la décision subit un changement important. »

SAISINE 10/0052 F
ENGAGEMENTS DE SNCF

ANNEXE 1 :
A L'ENGAGEMENT N° 4 RELATIF AUX RAPPORTS ENTRE VSCT ET VSC

1. ORGANISATION

1.1 En application du présent engagement, VSCT sera organisée de la manière suivante :



Dans ce schéma, les termes "équipes projets" et "socle commun" désignent :

- **Equipes Projets** (équipes dédiées à la conception et à la gestion des projets) :
 - Equipe projet DT VSC : équipe en charge des activités propres de VSC ;
 - Equipe projet Digital Services : équipe en charge des projets informatiques dans le domaine du digital pour SNCF et ses filiales, hors outils de distribution à destination des agences de voyage, des GDS et des SBT ;
 - Equipe projet « Equipe dédiée » : équipe en charge des projets et de la gestion des outils informatiques de distribution à destination des agences de voyage, des GDS et des SBT.

- **Socle Commun** (équipes transversales aux activités de VSCT)

Le Socle Commun est composé des services ci-dessous :

- Développements : Équipes de développement des outils informatiques développés par VSCT pour SNCF et pour VSC.
- Exploitation : Direction technique (infrastructures techniques ; réseau ; bureautique).
- Sécurité : équipes en charge de la sécurité informatique de VSCT (infrastructures communes à toutes les activités et à tous les outils).

1.2 Le groupe SNCF précise que les noms des différentes entités et services mentionnés dans le présent engagement sont ceux envisagés à cette date. Le présent engagement ne préjuge pas de leur éventuel changement dans le futur.

1.3 VSCT isolera dans les conditions définies ci-dessous l'Équipe Dédiée.

(a) Description et Missions de l'Équipe Dédiée:

L'Équipe Dédiée regroupe les personnes en relation avec l'entité SNCF en charge des outils informatiques nécessaires à la distribution ferroviaire SNCF (Ravel, WDI...) (ci-après "l'Entité SNCF").

Les Missions de l'Équipe Dédiée comprennent principalement les trois fonctions suivantes :

1.4 Rôle de suivi budgétaire :

L'Équipe Dédiée effectuera le suivi budgétaire des développements réalisés sous la gouvernance de l'Entité SNCF.

1.5 Rôle de support technique niveau 1 :

Il s'agit des personnes en charge d'assister les services techniques clients dans la prise en main des logiciels, l'assistance technique, le support, et la prise en compte des anomalies etc... C'est l'Entité SNCF, ou le service SNCF désigné par elle, qui sera donneur d'ordre et initiera le contact entre ces services techniques. L'Équipe Dédiée, dans son rôle de support technique niveau 1, peut faire appel aux équipes de développement du Socle Commun.

1.6 Rôle d'architecture fonctionnelle :

Il s'agit des experts techniques et fonctionnels des produits qui analyseront les demandes de l'Entité SNCF. Ils instruiront les demandes pour en vérifier la faisabilité et les coûts puis les traduire en spécifications techniques pour les équipes de développement. En aucun cas l'arbitrage de la roadmap n'entre dans leur compétence.

(b) Modalités de séparation/fonctionnement de l'Équipe Dédiée au sein de VSCT

1.7 Cette Équipe Dédiée, rattachée au Directeur Général de VSCT :

- sera localisée dans des espaces séparés de ceux de VSC et du reste de VSCT ;
- disposera d'une adresse e-mail spécifique ;
- ne sera pas présente au CODIR (comité de direction) de VSCT ;

- stockage et réseau bureautique / sécurisation dédié : l'Equipe Dédiee disposera également d'un espace bureautique privé et sécurisé pour son usage exclusif. Aucune autre équipe VSC ou VSCT ne disposera d'accès à cet espace afin de garantir la confidentialité des documents de travail de cette équipe. Seuls les accès avec mot de passe individuel des membres de l'Equipe Dédiee autoriseront l'accès à ce stockage. Cet espace bureautique inclut également les outils informatiques que l'Equipe Dédiee pourrait décider de mettre en œuvre dans le cadre de la réalisation de sa mission (outil de suivi de projets, intranet, etc...).
- 1.8 Outre leur participation aux actions de formation de droit de la concurrence prévues au titre de l'engagement n° 12, les membres de l'Equipe Dédiee devront signer un engagement personnel de respecter la confidentialité des projets dont ils pourraient avoir connaissance au titre de leur fonction de membre de l'Equipe Dédiee. Ils s'engageront également à respecter le nouveau processus mis en place au titre du point 2 ci-dessous.
- 1.9 Le responsable de l'Equipe Dédiee devra alerter le Directeur Général de VSC Technologies sur les difficultés rencontrées dans la mise en œuvre du présent engagement. Le Directeur Général de VSC Technologies décidera des mesures correctives adéquates.
- 1.10 Le Directeur Général de VSCT devra veiller au bon respect des modalités de séparation de l'Equipe Dédiee au sein de VSCT. En cas de non-respect par les membres de l'Equipe Dédiee de leurs obligations au titre des présents engagements, le Directeur Général de VSCT prendra toute mesure appropriée pour remédier à cette situation. Il pourra le cas échéant mettre en œuvre une procédure de sanction disciplinaire, dans le respect du droit du travail.
- 1.11 La vérification du respect des dispositions visées aux paragraphes 1.7 à 1.10 ci-dessus sera confiée à un mandataire indépendant nommé dans les conditions définies ci-dessous.
- 1.12 Dans un délai de 2 mois suivant la notification de la décision de l'Autorité de la concurrence, SNCF proposera à l'Autorité le nom dudit mandataire ainsi qu'une lettre de missions. Le mandataire sera rémunéré par SNCF.
- 1.13 L'Autorité pourra accepter le mandataire proposé ou le refuser par décision écrite. En cas de refus d'agrément du mandataire par l'Autorité, un nouveau candidat sera proposé dans les mêmes conditions, dans un délai d'un mois suivant la notification écrite à SNCF du refus d'agrément. En cas de deuxième refus d'agrément, l'Autorité proposera elle-même, dans les meilleurs délais, un mandataire dont la nomination sera effectuée après consultation de SNCF.
- 1.14 Ce mandataire devra se rendre une fois par an dans les locaux hébergeant l'Equipe Dédiee et il pourra s'y rendre une seconde fois s'il l'estime nécessaire. Ces visites pourront avoir lieu de manière inopinée.
2. **MISE EN ŒUVRE D'UN NOUVEAU PROCESSUS LIÉ AUX DEMANDES SUR LES OUTILS INFORMATIQUES DE DISTRIBUTION DES PRODUITS SNCF FOURNIS AUX AGENCES DE VOYAGES, AUX GDS ET AUX SBT**
- 2.1 Le processus décrit ci-dessous est illustré par le schéma présenté au paragraphe 1.1 du présent document.
- (a) Demande de VSC et/ou des agences à SNCF nécessitant une évolution des outils informatiques de distribution des produits SNCF (Ravel, WDI...)
- (1) Les agences de voyages et/ou VSC sollicitent l'Entité SNCF (VSC ou les équipes VSCT dédiées à VSC ne solliciteront pas directement l'Equipe Dédiee mais s'adresseront également à l'Entité SNCF).

- (2) L'Entité SNCF formalisera la demande de l'agence ou de VSC de manière non discriminatoire, au besoin en s'appuyant sur les services compétents internes de SNCF, afin que cette demande puisse être traitée par l'Equipe Dédiée.
- (3) Elle contactera ensuite l'Equipe Dédiée qui détaillera, pour ce qui la concerne, la faisabilité, l'implémentation technique et le coût du traitement. L'équipe de développement, composante du Socle Commun, réalisera la demande sur cette base de manière non discriminatoire.

(b) Demande par SNCF d'évolution d'outils informatiques de distribution ferroviaire SNCF et processus de communication des évolutions au marché

- Symétriquement, quand SNCF souhaite réaliser une évolution touchant les outils informatiques de distribution ferroviaire, elle s'adressera à l'Equipe Dédiée.
- L'Equipe Dédiée chargera l'équipe de développement (composante du Socle Commun) de réaliser la demande.

SAISINE 10/0052 F
PROPOSITION D'ENGAGEMENTS DE SNCF

ANNEXE 2 :
GRILLES DE FACTURATION WDI

SNCF propose donc de substituer la grille (2) ci-dessous à la grille (1) ci-dessous:

Grille (1) :

Grille de Facturation - Services Fees WDI STANDARD			
Seuils mensuels		Nombre de PSEG BRUT par palier	Fee au Pseg Brut
De	A		
1			
2			
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			

Grille (2) :

Nouvelle Grille de Facturation - Services Fees WDI STANDARD			
Seuils mensuels		Nombre de PSEG BRUT par palier	Fee au Pseg Brut
De	A		
1			Baisse significative
2			Baisse significative
3			
4			
5			
6			
7			
8			
9			
10			
11			
12			