

Autorité
de la concurrence



**Décision n° 15-DCC-142 du 20 octobre 2015
relative à la prise de contrôle conjoint de la société Telecom Réunion
Mayotte par Iliad et le groupe Hiridjee**

L'Autorité de la concurrence,

Vu le dossier de notification adressé complet au service des concentrations le 16 septembre 2015, relatif à la prise de contrôle conjoint de la société Telecom Réunion Mayotte par Iliad et le groupe Hiridjee, formalisé par un protocole d'accord en date du 14 août 2015 ;

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

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

Adopte la décision suivante :

I. Les entreprises concernées et l'opération

1. Iliad est une société anonyme, détenue à 54,76 % par Xavier Niel* et dont les actions sont admises aux négociations sur le Premier Marché d'Euronext Paris. Elle exploite sous la marque Free des activités de télécommunications fixes et mobiles en France métropolitaine. Dans le secteur des télécommunications, Xavier Niel contrôle en outre la société Orange Suisse. Xavier Niel contrôle également, via sa holding NJJ Holding, un certain nombre de sociétés actives dans divers secteurs, et en particulier dans le secteur de l'immobilier (NJJ Immobilier) et de la presse (NJJ Presse). Ainsi, il exerce un contrôle conjoint sur la société Le Monde Libre, qui contrôle la Société Editrice du Monde, principale société opérationnelle du groupe Le Monde, lequel détient un certain nombre de titres de la presse quotidienne nationale et de la presse nationale magazine, tels que Le Monde, Télérama, Courrier International et Le Nouvel Observateur.

**Rectification d'erreur matérielle.*

2. Le groupe Hiridjee (ci-après, « Hiridjee ») est un groupe familial actif principalement à Madagascar dans des secteurs variés tels que les télécommunications, l'immobilier, l'énergie ou la distribution de carburants. S'agissant des télécommunications, Hiridjee est actif à Madagascar au travers de sa filiale Telecom Malagasy SA, présente dans les activités fixes et mobiles.
3. Telco OI est une société créée par Outremer Telecom SAS, filiale du groupe Altice, en vue de la cession de ses activités de téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte, conformément aux engagements souscrits dans le cadre de la prise de contrôle de SFR par le groupe Altice¹. Cette société regroupe les activités de téléphonie mobile d'Outremer Telecom SAS à la Réunion et à Mayotte et a pour objet le déploiement et l'exploitation de réseaux de communications électroniques sur ces territoires. Le 15 juin 2015, l'Autorité a agréé Hiridjee comme repreneur de la société Telco OI. Par un contrat d'acquisition en date du 23 juin 2015, Hiridjee a ainsi acquis, via sa filiale Telecom Réunion Mayotte, détenue à [...] % par [confidentiel], la totalité du capital et des droits de vote de Telco OI.
4. L'opération consiste en l'acquisition, par Xavier Niel via Iliad, de 50 % du capital de la société Telecom Réunion Mayotte, de telle sorte qu'à l'issue de l'opération, Iliad et Hiridjee détiendront chacun 50 % du capital et des droits de vote de Telecom Réunion Mayotte. [Confidentiel].
5. En ce qu'elle se traduit par la prise de contrôle conjoint de Telecom Réunion Mayotte par Xavier Niel et Hiridjee, l'opération notifiée constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du code de commerce.
6. Les entreprises concernées réalisent ensemble un chiffre d'affaire hors taxe total sur le plan mondial de plus de 150 millions d'euros (Hiridjee : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Xavier Niel : [...] d'euros pour le même exercice ; Telco OI : [...] d'euros pour le même exercice). Deux au moins de ces entreprises ont réalisé en France un chiffre d'affaire supérieur à 50 millions d'euros (Xavier Niel : [...] d'euros pour l'exercice clos le 31 décembre 2014 ; Telco OI : [...] d'euros pour le même exercice). Compte tenu de ces chiffres d'affaires, l'opération ne relève pas de la compétence de l'Union européenne. En revanche, les seuils de contrôle mentionnés au I de l'article L. 430-2 du code de commerce sont franchis. Cette opération est donc soumise aux dispositions des articles L. 430-3 et suivants du code de commerce relatifs à la concentration économique.

II. Délimitation des marchés pertinents

7. Les parties sont actives dans le secteur des télécommunications fixes et mobiles, en France métropolitaine, à Madagascar, à La Réunion et à Mayotte. Seuls Iliad et Telecom Réunion Mayotte sont actifs en France. Par ailleurs Iliad est présent sur les marchés métropolitains de la télévision payante.
8. Xavier Niel est également présent dans le secteur de la presse en France métropolitaine et dans les DOM. En l'espèce toutefois, au vu du faible lien de connexité existant entre les activités de télécommunications dans les DOM et les activités de presse nationale détenues

¹ Décision n° 14-DCC-160 du 30 octobre 2014 relative à la prise de contrôle exclusif de SFR par le groupe Altice.

par Xavier Niel, tout risque concurrentiel peut être écarté sur ces marchés, sans qu'il soit nécessaire de les analyser plus en détail dans le cadre de la présente opération².

A. LES MARCHÉS DE LA TÉLÉPHONIE FIXE

9. La pratique décisionnelle³ distingue les marchés de gros des marchés de détail de la téléphonie fixe. Les parties n'interviennent en France que sur les marchés de détail de la téléphonie fixe, leurs activités sur les marchés de gros se limitant aux marchés de la terminaison d'appel, sur lesquels la pratique décisionnelle considère que chaque opérateur est le fournisseur unique sur le marché délimité par son réseau. La pratique décisionnelle précitée distingue également, au sein des marchés de détail de la téléphonie fixe, le marché de l'accès au réseau téléphonique public et le marché des communications sur réseau téléphonique commuté (« RTC »).
10. S'agissant de la délimitation géographique de ces marchés, l'Autorité estime⁴ qu'ils sont de dimension nationale, tout en distinguant les marchés de la métropole de l'outre-mer.
11. En l'espèce, seul Iliad est actif sur le marché de détail de la téléphonie fixe en France métropolitaine, avec une présence marginale sur le marché des communications RTC. Hiridjee est présent sur le marché de la téléphonie fixe et des communications RTC à Madagascar tandis que Telecom Réunion Mayotte n'est pas présent sur ces marchés.
12. Il n'y a pas lieu de remettre les délimitations précédemment retenues en cause.

B. LES MARCHÉS DES TÉLÉCOMMUNICATIONS FIXES HORS TÉLÉPHONIE

13. La pratique décisionnelle précitée distingue (i) les marchés de gros des télécommunications fixes, (ii) les marchés de détail de fourniture d'accès à internet, (iii) les marchés de détail de services de communications électroniques spécifiques aux entreprises et (iv) les marchés de la distribution d'accès à internet. Les parties ont des activités sur l'ensemble de ces marchés à l'exception des marchés de détail de services de communications électroniques spécifiques aux entreprises.

1. MARCHÉS DE GROS DES TÉLÉCOMMUNICATIONS FIXES

14. Sur les marchés de gros des télécommunications fixes, la pratique décisionnelle a distingué trois segments : les offres passives, les offres de haut et très haut débit activées généralistes et les services de capacité. Au sein du segment des offres passives, la pratique a distingué le

² Xavier Niel contrôle le groupe Le Monde Libre, qui est présent uniquement sur les marchés de la presse quotidienne nationale, ainsi que de la presse magazine nationale, avec une part de marché nationale comprise entre 7 et 39 % selon les segments envisagés. Les titres du groupe Le Monde sont distribués à La Réunion et à Mayotte mais aucun titre régional n'est édité dans les DROM. Il ne ressort par ailleurs d'aucun élément au dossier que les parties disposent, par ce biais, d'un pouvoir de marché de nature à permettre l'exercice d'un effet de levier. Au demeurant, compte tenu notamment du caractère local des activités la cible de la présente opération et de la faible incitation corrélative d'imposer des ventes liées d'espaces publicitaires ou sur le marché du lectorat, un scénario de verrouillage peut être écarté au cas d'espèce.

³ Voir par exemple les décisions n° 10-DCC-182 du 13 décembre 2010 et n° 14-DCC-160 précitée.

⁴ Décision n° 14-DCC-160 précitée.

marché des offres d'accès aux infrastructures physiques constitutives de la boucle locale filaire de celui des offres passives de collecte.

15. Seul Iliad est actif sur les marchés de gros des télécommunications fixes en France, sur le segment des offres d'accès aux infrastructures physiques constitutives de la boucle locale filaire, en tant qu'opérateur d'immeuble offrant un accès à la fibre optique passive.
16. En tant qu'opérateur d'immeuble, Iliad est soumis, comme les autres opérateurs, aux dispositions de l'article L. 34-8-3 du code des postes et des communications électroniques, résultant de la loi n° 2008-776 du 4 août 2008 de modernisation de l'économie et de la loi n° 2009-1572 du 17 décembre 2009 relative à la lutte contre la fracture numérique. L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes a précisé les conditions d'application de ces dispositions dans ses décisions n° 2009-1106 concernant la zone très dense et n° 2010-1312 hors zone très dense. L'ensemble de ces textes établit que l'opérateur d'immeuble doit faire droit aux demandes raisonnables d'accès à la fibre optique en vue de fournir des services de communications électroniques à un utilisateur final, dans des conditions transparentes, non discriminatoires et dans des conditions techniques et financières raisonnables.
17. Dans ce contexte, l'opération n'entraîne aucun risque concurrentiel sur les conditions d'accès à la fibre optique passive déployée par Iliad et ce marché ne fera pas l'objet d'un examen spécifique au titre de l'analyse concurrentielle.

2. MARCHÉS DE LA FOURNITURE D'ACCÈS À INTERNET

18. S'agissant des marchés de détail de fourniture d'accès à internet, la pratique décisionnelle⁵ distingue le marché de la fourniture d'accès à internet bas débit et celui de la fourniture d'accès à internet haut débit et très haut débit, et a analysé le segment du très haut débit de manière spécifique. Elle opère également une distinction entre la clientèle résidentielle et la clientèle professionnelle, en précisant que la clientèle professionnelle se distingue du reste de la clientèle non-résidentielle (la clientèle des « entreprises »), dans la mesure où ses besoins sont proches de ceux de la clientèle résidentielle. Une distinction selon le type de services a également été proposée, sans que la question d'une segmentation du marché en fonction de chaque type proposé n'ait été tranchée.
19. D'un point de vue géographique, la pratique considère que ces marchés sont de dimension nationale, tout en estimant qu'il convient d'opérer une distinction entre le territoire métropolitain et les départements et régions d'outre-mer.
20. En l'espèce, Iliad est actif sur les marchés de détail de la fourniture d'accès à internet en France métropolitaine, tandis qu'Hiridjee y est actif à Madagascar et que Telecom Réunion Mayotte n'est pas présent sur ces marchés préalablement à l'opération.
21. Il n'y a donc pas lieu de remettre en cause les délimitations retenues à l'occasion de la présente opération.

⁵ *Id.*

3. MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION D'ACCÈS À INTERNET

22. S'agissant du marché de la distribution d'accès à internet, selon la pratique décisionnelle⁶, la typologie des canaux de distribution des offres haut débit multiservices est similaire à celle des canaux de distribution des produits et services de téléphonie mobile⁷. La répartition des ventes d'abonnements multiservices entre ces différents canaux de distribution est toutefois différente de celle des services de téléphonie mobile. En effet, une part significative des ventes d'abonnements est réalisée à distance, certaines offres n'étant disponibles que sur internet ou par téléphone.
23. La pratique décisionnelle considère par ailleurs qu'il convient de distinguer la métropole de chacun des DROM⁸. En outre, l'Autorité a laissée ouverte la question d'une analyse locale, et a relevé que le poids de la vente en ligne restait encore minoritaire à La Réunion et à Mayotte⁹.
24. En l'espèce, Iliad distribue ses services fixes et mobiles sur internet et dans des points de vente situés en France métropolitaine, tandis que Telecom Réunion Mayotte ne distribue pas de services d'accès à internet mais dispose d'un réseau de points de vente à La Réunion et Mayotte, actuellement utilisés pour la distribution de ses offres mobiles.
25. Il n'y a pas lieu de remettre en cause ces délimitations, les conclusions de l'analyse concurrentielle demeurant inchangées quelle que soit la délimitation retenue.

C. LES MARCHÉS DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

26. La pratique décisionnelle¹⁰ distingue trois marchés de la téléphonie mobile : (i) en amont, le marché de gros de l'accès et du départ d'appel sur les réseaux téléphoniques mobiles ; en aval, (ii) le marché de détail de la téléphonie mobile et (iii) le marché de la distribution de produits et services de téléphonie mobile. Les parties ne sont pas présentes sur les marchés de gros de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte, à l'exception de leur propre terminaison d'appel vocal, la pratique décisionnelle¹¹ considérant que chaque opérateur est en position dominante sur sa propre terminaison d'appel.

⁶ Décisions n° 11-DCC-110 du 26 juillet 2011 et n° 11-DCC-118 du 20 juillet 2011 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Compagnie Européenne de Téléphonie par la société France Télécom SA et n° 14-DCC-160 précitée.

⁷ Les différents canaux de distribution peuvent être présentés selon la typologie suivante : (i) réseaux intégrés des opérateurs ; (ii) réseaux monomarques spécialisés liés, sans être intégrés, aux opérateurs par un partenariat exclusif ou quasi-exclusif ; (iii) réseaux multimarques spécialisés, qu'il s'agisse de spécialistes télécom ou de grandes surfaces spécialisées (tels que notamment The Phone House, Fnac, Darty), intégrés ou non à des groupes de distribution ; (iv) réseaux multimarques généralistes (grandes surfaces alimentaires) ; (v) réseaux de vente à distance (internet, vente par téléphone, vente directe)

⁸ Décision n° 13-DCC-199 du 24 décembre 2013 relative à la prise de contrôle exclusif de la société Mobius SAS par Altice Blue Two SAS et n° 14-DCC-160 précitée.

⁹ Décision n° 14-DCC-160 précitée.

¹⁰ Voir par exemple la décision n° 12-DCC-95 du 17 juillet 2012 relative à la prise de contrôle de Darty Télécom par le groupe Bouygues et la décision n° 14-DCC-160 précitée.

¹¹ Décision de l'Autorité de la concurrence n° 14-D-05 du 13 juin 2014.

1. MARCHÉS DE DÉTAIL DE LA TÉLÉPHONIE MOBILE

27. S'agissant des marchés de détail, la pratique décisionnelle a défini de façon constante le marché de détail de la téléphonie mobile comme étant celui sur lequel se rencontrent, d'une part, une offre pour la fourniture de services de téléphonie mobile (émanant des MNO ou des MVNO) et, d'autre part, une demande constituée des consommateurs finaux, qu'il s'agisse de particuliers ou de professionnels¹².
28. Elle a donc envisagé l'existence de trois marchés distincts : celui des offres standards de téléphonie mobile, celui des offres limitées à un accès permanent à internet, et enfin celui des offres mixtes permettant d'établir des communications vocales et un accès à internet. Elle a en outre envisagé que le marché soit divisé en deux segments distincts en fonction des catégories de clientèle (grand public et entreprises).
29. Au cas d'espèce, la question de la délimitation exacte des marchés de détail de téléphonie mobile peut être laissée ouverte, les conclusions de l'analyse concurrentielle étant inchangées, quelle que soit la segmentation retenue.
30. Au plan géographique, la pratique décisionnelle nationale a précisé que le marché de détail de téléphonie devait être circonscrit à la France métropolitaine, les départements d'outre-mer et les collectivités territoriales de Mayotte et Saint Pierre-et-Miquelon possédant des particularités qui amènent à les distinguer de la métropole¹³. En outre, l'Autorité a considéré que les marchés de détail de la téléphonie mobile à La Réunion et à Mayotte constituent deux marchés géographiques distincts compte tenu notamment de leur hétérogénéité en termes de caractéristiques sociodémographiques, de taux de pénétration mobile, de maturité du marché, de mode de consommation, de structure du parc mobile et de dynamiques concurrentielles¹⁴.
31. Iliad est actif sur les marchés de détail de la téléphonie mobile en métropole, tandis que Telecom Réunion Mayotte est actif sur ces marchés à La Réunion et à Mayotte et Hiridjee à Madagascar.
32. Il n'y a pas lieu de remettre ces délimitations en cause à l'occasion de la présente opération.

2. MARCHÉ DE LA DISTRIBUTION DE SERVICES DE TÉLÉPHONIE MOBILE

33. La pratique décisionnelle a défini un marché global de la distribution de produits et services de téléphonie mobile qui regroupe la vente de temps de communication, de terminaux de téléphonie mobile et d'autres services aux consommateurs finaux¹⁵.
34. Sur ce marché, les distributeurs sont soit « monomarque » (distribution des offres d'un seul opérateur) soit « multimarques » (distribution des offres de plusieurs opérateurs) avec un degré de spécialisation plus ou moins important. Les différents canaux de distribution peuvent être présentés selon la typologie suivante :
 - réseaux intégrés des opérateurs de téléphonie mobile ;

¹² Décisions de l'Autorité de la concurrence n°14-DCC-15 du 10 février 2014, n°13-DCC-69 du 25 juin 2013 et n°11-DCC-07 du 28 janvier 2011 et n° 14-DCC-160 précitée.

¹³ Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 14-DCC-15 du 10 février 2014, n° 13-DCC-69 du 25 juin 2013 et n° 11-DCC-07 du 28 janvier 2011 et n° 14-DCC-160.

¹⁴ Décision n° 14-DCC-160

¹⁵ Voir notamment les décisions n° 11-DCC-07 du 28 janvier 2011, n° 13-DCC-69 du 25 juin 2013 et n° 14-DCC-160 précitée.

- réseaux monomarques spécialisés liés, sans être intégrés, aux opérateurs de téléphonie mobile par un partenariat exclusif ou quasi-exclusif ;
 - réseaux multimarques spécialisés, qu'il s'agisse de spécialistes télécom ou de grandes surfaces spécialisées, intégrés ou non à des groupes de distribution ;
 - réseaux multimarques généralistes (grandes surfaces alimentaires) ;
 - réseaux de vente à distance (internet, vente par téléphone, vente directe).
35. La pratique décisionnelle n'a pas segmenté le marché global de la distribution de produits et services de téléphonie mobile selon ces différents canaux pour la métropole mais a en revanche retenu une telle segmentation pour les marchés de La Réunion et de Mayotte¹⁶.
36. S'agissant de la délimitation géographique de ce marché, la pratique décisionnelle a retenu une délimitation locale des marchés de la distribution de produits et services de téléphonie mobile, compte tenu notamment du fait que les opérateurs de téléphonie mobile développent constamment leur propre réseau de distribution, avec une volonté de maîtriser davantage la distribution de leurs produits et services¹⁷. L'Autorité conduit également une analyse concurrentielle au niveau national, en distinguant toutefois les départements et territoires d'outre-mer compte tenu de leurs particularités locales¹⁸.
37. En l'espèce, Iliad est présent sur ce marché en France métropolitaine, tandis que Telecom Réunion Mayotte est présent à La Réunion et à Mayotte.
38. Il n'y a pas lieu de remettre en cause la pratique décisionnelle dans le cadre de la présente opération.

III. Analyse concurrentielle

39. L'opération n'entraînera aucun chevauchement d'activité. En effet, les parties n'interviennent pas dans les mêmes marchés géographiques, Hiridjee étant présent à Madagascar, Telecom Réunion Mayotte à La Réunion et à Mayotte et Iliad uniquement en France métropolitaine . Ainsi, aucun marché n'est concerné par l'opération au titre des effets horizontaux ou verticaux. Au demeurant, l'opération permet l'entrée, à La Réunion et à Mayotte, d'un troisième opérateur national de télécommunications mobiles.
40. Il résulte de l'ensemble de ce qui précède que l'opération n'est pas de nature à porter atteinte à la concurrence sur les marchés concernés.

¹⁶ *Id.*

¹⁷ *Id.*

¹⁸ *Décisions de l'Autorité de la concurrence n° 11-DCC-110 du 26 juillet 2011 et n° 14-DCC-160 précitée.*

DECIDE

Article unique : L'opération notifiée sous le numéro 15-154 est autorisée.

Le président,

Bruno Lasserre

© Autorité de la concurrence