



Décision n° 95-MC-05 du 21 mars 1995
relative à une demande de mesures conservatoires de la société
Communication Media Services (C.M.S.)

Le Conseil de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre enregistrée le 13 janvier 1995 sous les numéros F 738 et M 156, par laquelle la société Communication Media Services (C.M.S.) a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques qui seraient mises en oeuvre à son encontre par l'Office d'annonces (O.D.A.) et par France Télécom sur le marché des annuaires des abonnés professionnels au téléphone;

Vu l'ordonnance n° 86-1243 du 1er décembre 1986 modifiée relative à la liberté des prix et de la concurrence et le décret n° 86-1309 du 29 décembre 1986 modifié pris pour son application;

Vu les observations présentées par les sociétés C.M.S. et O.D.A., par France Télécom et par le commissaire du Gouvernement;

Vu les autres pièces du dossier;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les représentants de la société C.M.S., de l'O.D.A. et de France Télécom entendus;

Considérant que la société C.M.S. commercialise, depuis l'année 1991, des espaces publicitaires dans l'Annuaire Soleil, confectionné à partir de listes d'abonnés professionnels au téléphone et qui couvre différentes zones géographiques de la région parisienne ; que quatre volumes distincts (Paris-Ouest, Paris-Est, Paris-Nord et Paris-Sud) assurent la couverture de la ville de Paris et de la proche banlieue;

Considérant que France Télécom, qui éditait, jusqu'à l'édition 1994, un annuaire 'Vie pratique' destiné aux particuliers et un annuaire 'Vie professionnelle pratique' destiné aux professionnels, a décidé, pour l'édition 1995, de procéder à un découpage géographique de la ville de Paris en trois zones distinctes pour la publicité à insérer dans le seul annuaire Vie pratique, les abonnés de l'ensemble de la ville de Paris continuant à figurer dans les trois volumes ; que la société C.M.S. dénonce les pratiques de 'couplage' et de rabais excessifs effectués par l'O.D.A., régisseur exclusif de la publicité dans les annuaires de France Télécom, pour ce qui concerne les encarts publicitaires commercialisés dans l'édition 1995 de ses annuaires Vie pratique et Vie professionnelle et pratique couvrant la ville de Paris ; que, selon la société C.M.S., les rabais proposés pour des couplages entre, d'une part, les annonces publiées simultanément dans deux ou trois des annuaires Vie pratique de la ville de Paris et, d'autre part, l'annuaire Vie professionnelle et pratique et un, deux ou trois des annuaires Vie pratique constitueraient des manoeuvres destinées à l'évincer du marché ; que ces pratiques de rabais seraient constitutives d'un abus de position dominante de la part de l'O.D.A.;

Considérant qu'en l'état actuel du dossier, et sous réserve de l'instruction de l'affaire au fond, il ne peut être exclu que les agissements dénoncés, en ce qu'ils tendraient à limiter la concurrence et émaneraient d'entreprises susceptibles de se trouver en situation de position dominante, puissent être regardés comme relevant du titre III de l'ordonnance du 1er décembre 1986;

Sur la demande de mesures conservatoires:

Considérant qu'aux termes de l'article 12 de l'ordonnance du 1er décembre 1986 des mesures conservatoires 'ne peuvent intervenir que si la pratique dénoncée porte une atteinte grave et immédiate à l'économie générale, à celle du secteur intéressé, à l'intérêt des consommateurs ou à l'entreprise plaignante' et que ces mesures 'peuvent comporter la suspension de la pratique concernée ainsi qu'une injonction aux parties de revenir à l'état antérieur' ; qu'en outre, 'elles doivent rester strictement limitées à ce qui est nécessaire pour faire face à l'urgence';

Considérant que la société C.M.S., qui demande au Conseil de la concurrence d'enjoindre l'O.D.A. et, en tant que de besoin, à France Télécom de 'pratiquer une politique de prix conforme aux exigences de la libre concurrence', soutient qu'elle se trouve menacée par les pratiques de l'O.D.A. dans la zone géographique constituée par la ville de Paris où elle réaliserait plus de la moitié de son chiffre d'affaires ; que les pratiques dénoncées, qui s'inscriraient, selon elle, dans la 'continuité d'une politique d'élimination déjà dénoncée', risqueraient d'entraîner sa disparition, du fait de sa situation financière' déjà affaiblie par les pratiques dénoncées dans ses précédentes saisines';

Mais considérant, d'une part, que la société C.M.S. admet dans sa saisine que 'la publication simultanée d'un message publicitaire dans les trois volumes Vie pratique de Paris revient à peu près au même prix que la publication d'une annonce dans l'ancien annuaire départemental Paris (et est exactement équivalente à la publication d'une annonce dans l'unique volume Vie professionnelle et pratique)' ; que, d'autre part, si elle déclare qu'elle a vu son chiffre d'affaires régresser de façon très sensible' dans la zone concernée, elle ne démontre pas en quoi la baisse de chiffre d'affaires de l'édition 1994 sur la ville de Paris, chiffrée à 2 765 409 F par le commissaire aux comptes, soit environ 5 p. 100 de son chiffre d'affaires total, serait directement imputable à la pratique dénoncée, le chiffre d'affaires réalisé au cours de l'édition 1993 ayant déjà subi une baisse sensible dans les zones de Paris-Ouest et de Paris-Est par rapport à l'édition précédente, alors même que France Télécom éditait encore un seul annuaire Pages jaunes pour la ville de Paris ; qu'en outre le compte de résultats de la société C.M.S. pour l'exercice 1994 fait apparaître un chiffre d'affaires en hausse d'environ vingt pour cent par rapport à l'exercice précédent et une amélioration de sa situation financière ; qu'il n'est, par suite, pas établi que les pratiques dénoncées portent une atteinte grave et immédiate à l'entreprise saisissante;

Considérant enfin qu'il ne résulte d'aucun élément du dossier que les pratiques dénoncées soient constitutives d'atteintes à l'économie générale, à celle du secteur intéressé ou à l'intérêt des consommateurs, dont la gravité nécessiterait le prononcé de mesures d'urgence qui doivent être strictement limitées à ce qui est indispensable pour corriger un trouble manifeste et intolérable dans l'exercice de la libre concurrence;

Considérant qu'il y a lieu, au vu des éléments qui précèdent, de rejeter la demande de mesures conservatoires,

Décide:

Article unique. - La demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro M 156 est rejetée.

Délibéré, sur le rapport oral de M. Jean-René Bourhis, par M. Barbeau, président, MM. Cortesse, vice-président, et Rocca, membre, désigné en remplacement de M. Jenny, empêché.

Le rapporteur général,
Marie Picard

Le président,
Charles Barbeau

© Conseil de la concurrence