

## CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Décision n° 97-MC-07  
du 18 décembre 1997

**relative à une demande de mesures conservatoires  
présentée par les sociétés Alain Ayache Développement  
et Les Meilleures Fréquences**

---

Le Conseil de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre enregistrée le 5 décembre 1997 sous les numéros F 993 et M 205, par laquelle la société Alain Ayache Développement et la société Les Meilleures Fréquences ont saisi le Conseil de la concurrence de pratiques de l'Association pour le Contrôle de la Diffusion des Médias (ci-après Diffusion Contrôle) et de la société Audiences Études sur la Presse Magazine (ci-après AEPM), qu'elles estiment anticoncurrentielles, et ont sollicité le prononcé de mesures conservatoires ;

Vu l'ordonnance n° 86-1243 du 1<sup>er</sup> 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 le commissaire du Gouvernement, par l'association Diffusion Contrôle et par la société AEPM ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement, les représentants des sociétés Alain Ayache Développement, Les Meilleures Fréquences, AEPM et de l'association Diffusion Contrôle entendus ;

### **Sur la saisine au fond :**

Considérant que les éditeurs, les annonceurs et les professionnels de la publicité ont constitué une association dénommée Association pour le Contrôle de la Diffusion des Médias (Diffusion Contrôle), qui a pour objet de " *déterminer la diffusion des supports de publicité* ", et que le tirage et la diffusion des publications périodiques des membres de l'association sont contrôlés, par le *bureau de contrôle de la diffusion de la presse payante* de l'association, également dénommé *Office de justification de la diffusion de la presse payante (OJD)*, en particulier sur la base des documents comptables et de justificatifs relatifs au tirage des publications concernées qu'ils doivent produire ; que la société AEPM, qui a pour objet " *la réalisation et la commercialisation d'études d'audience de la presse magazine* ", fait effectuer, à la

demande des éditeurs, à cette fin, des enquêtes auprès d'un échantillon de lecteurs ; que le " *règlement d'admission de publication et de retrait des titres* " de la société AEPM, adopté par l'assemblée des associés du 11 mai 1995, prévoit que " *Les magazines étudiés par l'AEPM doivent adhérer à Diffusion Contrôle* " ; que les sociétés Alain Ayache Développement et Les Meilleures Fréquences soutiennent que : " *l'AEPM est le seul organisme reconnu par les annonceurs et centrales d'achat publicitaires pour estimer la valeur des espaces publicitaires des périodiques* " ; que ces dispositions ont pour conséquence que : " *Si un éditeur n'est pas satisfait des conditions de mise en oeuvre du contrôle de Diffusion Contrôle et qu'il démissionne de cet organisme, il se retrouvera exclu de l'AEPM... il sera dans l'impossibilité de bénéficier du moindre contrôle de son audience... ce sont toutes les possibilités de démarcher les annonceurs publicitaires au profit de ses titres qui lui sont retirées* " ; que, par courrier du 4 novembre 1997, M. Ayache, leur responsable, a annoncé au président de Diffusion Contrôle : " *le retrait de mes titres Réponse à Tout, Réponse à tout Santé, Question de Femmes de Diffusion Contrôle* " ; que, par lettre du 14 novembre suivant, Diffusion Contrôle a accusé réception de cette " *démission* " ; que, par lettre du 18 novembre 1997, la société AEPM a attiré " *votre attention sur le fait que la démission de Diffusion Contrôle de Réponse à Tout, de Réponse à Tout Santé et de Question de Femmes risque d'entraîner leur retrait de l'enquête AEPM... Le Conseil de Gérance de l'AEPM a inscrit cette question à l'ordre du jour de sa prochaine réunion, lundi 24* " ; que les sociétés ont versé au dossier, le 11 décembre 1997, la copie d'un " *Compte-rendu 97/14* " d'une réunion de travail de la société AEPM tenue le 3 décembre 1997 qui relate " *le retrait* " de l'enquête des trois titres en cause " *suite à démission de l'OJD* " ; qu'elles soutiennent que ces éléments sont l'expression de pratiques relevant des dispositions des articles 7 et 8 de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986 ; qu'elles sollicitent, en outre, le prononcé de mesures conservatoires ;

Considérant qu'au stade actuel de la procédure, et sous réserve d'une instruction au fond, il ne peut être exclu que les dispositions du *règlement d'admission de publication et de retrait des titres* de la société AEPM faisant obligation aux éditeurs de titres dont cette société étudie l'audience de faire contrôler leur diffusion par l'association Diffusion Contrôle et la position prise par la société AEPM, dont il n'est pas contesté qu'elle occupe une position importante dans l'activité de mesure d'audience, indiquant aux sociétés saisissantes le " *retrait* " des enquêtes d'audience pour les titres qu'elles éditent puissent entrer dans le champ d'application du titre III de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986 ;

### **Sur la demande de mesures conservatoires :**

Considérant que l'application des dispositions de l'article 12 de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986 est subordonnée à la constatation de comportements susceptibles d'être visés par les articles 7 et 8 de l'ordonnance du 1<sup>er</sup> décembre 1986 et auxquels il faudrait mettre fin sans délai pour prévenir ou faire cesser une atteinte grave et immédiate à l'économie générale, à celle du secteur intéressé, à l'intérêt des consommateurs ou à l'entreprise plaignante ;

Considérant qu'à l'appui de sa demande de mesures conservatoires, la partie saisissante a déclaré que : " *Les trois revues " Réponse à tout ", " Réponse à tout - Santé " (qui appartiennent à la société SCS Alain Ayache Développement) et " Questions de femmes " (qui appartient à la société SCS Les Meilleurs*

Fréquences) représentent environ 80 % du chiffre d'affaires que nous réalisons avec l'ensemble de nos publications. Pour ces revues, la publicité est vitale car elle représente une part déterminante nécessaire à l'équilibre financier de ces publications. Dès lors, la position adoptée par AEPM va avoir des conséquences dramatiques pour les revues et, par voie de conséquence, pour le groupe : une revue privée de publicité ne peut survivre ; je serais donc obligé d'interrompre leur publication et de licencier les collaborateurs salariés " ; qu'elle a précisé que les recettes publicitaires représentaient environ 15 % du chiffre d'affaires réalisé par la revue Réponse à Tout, 40 % de celui de Réponse à Tout - Santé et plus du tiers de celui de Questions de Femmes ; qu'ainsi, les recettes publicitaires apparaissent comme un élément important dans l'équilibre économique des entreprises ; que, par ailleurs, M. Ayache a précisé : " aucun contrat ne nous lie aux annonceurs ou aux centrales d'achats. La situation est donc très précaire et peut être remise en cause à chaque parution " ;

Considérant d'autre part que la partie saisissante soutient que : " AEPM est absolument incontournable, dans la mesure où cette entreprise est réellement la seule à être prise en considération dans le cadre des relations entre les éditeurs et les annonceurs " ; qu'elle a versé au dossier deux courriers émanant de centrales d'achat d'espaces publicitaires et un courrier qui lui a été adressé par un annonceur dont il ressort, respectivement, que : " L'enquête AEPM... est considérée comme le passage incontournable pour les magazines à destination du grand public... conditionnant l'appréciation qui est portée par la communauté des sociétés de conseil média et des annonceurs ", que : " la priorité est donnée au développement des outils médias... Les budgets que nous consacrons à ces études sont conséquents et ont permis d'améliorer les logiciels de traitement des résultats des organismes d'études ; il s'agit principalement de l'AEPM pour la presse... " et que : " il est indispensable pour un titre de presse grand public d'être étudié par l'AEPM (seule source prise dans tous les logiciels de simulation média-planning utilisées par les agences, centrales et annonceurs) " ;

Considérant, enfin, que M. Ayache, en soutenant que l'exclusion des trois titres édités par ses sociétés de l'enquête AEPM les empêcherait d'être pris en compte dans les plans média des annonceurs et que l'insuffisance prévisible des recettes publicitaires rendrait très précaire la poursuite de l'exploitation de ces publications, a précisé qu'il sollicitait le prononcé de deux mesures conservatoires consistant à ordonner, d'une part, la " réintégration " de ses trois titres dans l'enquête que va réaliser la société AEPM, dont les prestations ont d'ailleurs d'ores et déjà été payées, et ce, dans l'attente de l'instruction de l'affaire au fond et, d'autre part, l'envoi, par cette société, d'une circulaire informant de cette " réintégration " toutes les personnes à qui l'exclusion de l'enquête des trois titres en cause a été annoncée ;

Mais considérant, en premier lieu, que M. Ayache, qui avait souscrit, pour le compte des deux sociétés qu'il dirige, des contrats avec la société AEPM pour la réalisation d'études d'audience des trois revues en cause, n'ignorait pas les dispositions du " règlement d'admission de publication et de retrait des titres " appliqué par ladite société ; qu'en particulier, il n'ignorait pas qu'elle a pour règle de n'accepter de contrôler que des publications ayant une diffusion payée supérieure à 100 000 exemplaires et de demander aux éditeurs des titres dont elle étudie l'audience de faire contrôler leur diffusion par Diffusion Contrôle ; qu'ainsi, M. Ayache savait, lorsqu'il a décidé de ne plus faire contrôler la diffusion de ses publications par Diffusion Contrôle, que la société AEPM serait alors conduite à refuser de les prendre en compte dans son enquête ;

Considérant, en deuxième lieu, que la société AEPM a déclaré en séance, qu'en tout état de cause, les résultats d'audience qui seront publiés par elle en mars et en septembre 1998 constitueront l'exploitation d'enquêtes réalisées en 1997 et comporteront notamment les mesures d'audience de Réponse à Tout et Réponse à Tout - Santé, dont la diffusion a déjà été contrôlée par Diffusion Contrôle en 1996 et au début de 1997 ; qu'ainsi, M. Ayache ne saurait soutenir que l'exclusion prononcée par cette société se traduit déjà ou se traduira dans un proche avenir par l'impossibilité, pour les auteurs de plans média, d'inclure ces publications dans leurs plans faute de données sur leurs taux d'audience ;

Considérant, en troisième lieu, que Diffusion Contrôle et la société ont fait valoir, en séance, sans que leurs déclarations aient été contestées par M. Ayache, que celui-ci pouvait, sans délai et à un coût modeste d'environ 18 000 F par titre, adhérer de nouveau à Diffusion Contrôle pour les trois publications en cause ; que, dans cette hypothèse, et dès lors que M. Ayache accepterait de se soumettre à la procédure de contrôle de la diffusion de ses titres par Diffusion Contrôle, procédure qui peut être mise en oeuvre très rapidement et s'effectuer en quelques jours, les revues Réponse à Tout, Réponse à Tout - Santé et Questions de Femmes pourraient, si le niveau de leur diffusion était supérieur à 100 000 exemplaires, faire partie de l'enquête d'audience organisée au début de l'année 1998 ; qu'en outre, la vérification de la diffusion de Question de Femmes, magazine créé en 1996 et dont la diffusion n'a encore jamais été contrôlée par Diffusion Contrôle, permettrait également que les mesures d'audience susceptibles d'être, dans ces conditions, réalisées pour ce magazine par la société AEPM soient publiées en mars et en septembre 1998 ;

Considérant, en quatrième lieu, que, dans l'hypothèse selon laquelle M. Ayache ne souhaiterait pas adhérer de nouveau à Diffusion Contrôle en attendant les résultats de l'instruction au fond par le Conseil de la concurrence de sa saisine, il est constant qu'il peut faire étudier l'audience des revues qu'il publie par d'autres organismes, en s'adressant par exemple aux sociétés Sofres, Simm ou Ipsos qui réalisent également des mesures d'audience des publications à la demande des éditeurs, même si elles effectuent parallèlement des prestations pour le compte de la société AEPM ; qu'en effet, cette société a produit, en séance, la lettre d'un annonceur précisant : " *dans le cadre de notre activité de média-planning, nous utilisons bien d'autres sources d'information que celles qui nous sont fournies par l'enquête AEPM* " ;

Considérant qu'il résulte de ce qui précède que, pour une somme dont il n'a pas contesté le caractère modique au regard des conséquences financières alléguées, lesquelles, selon lui, ne manqueront pas de faire suite à l'exclusion des trois revues qu'il édite du champ de l'étude d'audience AEPM, M. Ayache a la possibilité de revenir sur sa décision de refuser le contrôle de leur diffusion par Diffusion Contrôle et de se soumettre aux mêmes sujétions que celles auxquelles sont soumis les éditeurs des autres titres étudiés par la société AEPM, afin d'obtenir l'étude de l'audience de ses publications par cette société ; qu'il peut également choisir de faire contrôler leur audience par des voies alternatives ; que, dès lors, M. Ayache n'est privé ni de la possibilité de faire étudier l'audience de ses titres dans le futur ni de celle de les voir figurer dans les plans média des annonceurs ; que, dans ces conditions, il n'est pas établi que les pratiques de la société AEPM, qui feront l'objet d'une instruction au fond, feraient courir aux sociétés de M. Ayache un danger grave et immédiat nécessitant l'adoption de mesures d'urgence ;

**DÉCIDE :**

Article unique - La demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro M 205 est rejetée.

Délibéré, sur le rapport de M. Patrick Véglis, par M. Barbeau, président, MM. Cortesse et Jenny, vice-présidents.

Le rapporteur Général,  
Marie Picard

Le président,  
Charles Barbeau