

CONSEIL DE LA CONCURRENCE

Décision n° 98-MC-05 du 12 mai 1998

relative à une demande de mesures conservatoires présentée par la société Europe Régies SA

Le Conseil de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre enregistrée le 12 juin 1997, sous le numéro F 966, par laquelle la société Europe Régies SA a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en oeuvre par les sociétés NRJ Régies et IP RTV qu'elle estime anticoncurrentielles ;

Vu la lettre enregistrée le 18 mars 1998, par laquelle la société Europe Régies SA a sollicité le prononcé de mesures conservatoires ;

Vu l'ordonnance n° 86-1243 du 1^{er} 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 Europe Régies SA, NRJ Régies et IP RTV et le commissaire du Gouvernement ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Le rapporteur, le rapporteur général, le commissaire du Gouvernement et les représentants des sociétés Europe Régies SA, NRJ Régies et IP RTV entendus ;

Considérant que la société Europe Régies SA a saisi le Conseil de la concurrence de pratiques mises en oeuvre par les sociétés NRJ Régies et IP RTV sur le marché de l'espace publicitaire radiophonique, qu'elle estime contraires aux dispositions des articles 7 et 8 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986 et de l'article 85 du traité de Rome et a sollicité du Conseil le prononcé de mesures conservatoires ;

Sur la saisine au fond :

Considérant que la société Europe Régies SA exerce ses activités de régie publicitaire par l'intermédiaire de deux filiales, les sociétés Régie 1 et RRM, la première étant la régie publicitaire des stations Europe 1 et BFM, la seconde celle des radios musicales de la société Europe 1 (Europe 2, Skyrock, RFM, Les Indépendants) ; que la société NRJ Régies est la régie publicitaire des stations NRJ, Chérie FM et du GIE Rire et Chansons, et la société IP RTV celle des stations RTL, RTL 2, Fun Radio, Sud radio et Wit FM ;

Considérant que la société Europe Régies SA expose que les sociétés NRJ Régies et IP RTV ont conclu un

accord afin d'offrir pendant les mois de juillet et août 1997, sur les secteurs " food " (boissons, alimentation, toilette et beauté, entretien) et services, un nouveau produit publicitaire dénommé Bikini, qui consiste en un couplage publicitaire aux termes duquel 50 % de couverture minimale est garantie sur chacune des trois cibles de référence, (les 15-34 ans, les ménagères de moins de 50 ans et l'ensemble des plus de 15 ans), avec un tarif dégressif de 50 %, à condition d'investir 4 % au moins du budget sur chaque station radiophonique support ; que, lorsque les messages radios sont dérivés d'une campagne télévisée, les annonceurs peuvent se faire rembourser les frais techniques de création dans la limite de 20 000 francs ;

Considérant que les mêmes sociétés ont conclu un nouvel accord dans des conditions similaires, dénommé VITAMINES, sur une période allant du 21 décembre 1997 au 21 mars 1998, qui porte cette fois sur les secteurs boissons, alimentation, toilette et beauté, entretien et pharmacie-médecine et dont les modalités de mise en oeuvre varient en fonction des cibles publicitaires visées et des stations de radiophonie concernées ;

Considérant que la société saisissante soutient que ces pratiques supposent l'existence d'un accord préalable entre les supports portant sur les remises découlant du couplage et des échanges d'informations sur la formation des prix qui auraient pour effet " d'éliminer la concurrence des autres radios " et " d'exclure leur concurrent disposant d'une puissance économique plus faible " ; qu'elle en conclut que ceci " porte une atteinte immédiate et grave au fonctionnement du marché et aux intérêts de la société Europe Régie SA ", entraîne pour les sociétés NRJ Régies et IP RTV une protection face à la concurrence extérieure et confère à ces sociétés, une position dominante qui renforce le caractère discriminatoire des pratiques ;

Considérant que la société Europe Régies SA indique que, selon les chiffres établis par Médiamétrie, elle représente 33 % de parts d'audience commerciale, NRJ Régies 18 % et IP RTV 38 % avec des chiffres d'affaires (source Secodip) au premier trimestre de l'année 1997 respectivement d'un montant brut de 494 millions de francs, de 397 millions de francs et de 527 millions de francs ; qu'ainsi, lors du couplage proposé par NRJ Régies et IP RTV, les cibles peuvent représenter (notamment la troisième cible portant sur la population de plus de quinze ans) jusqu'à 56 % de l'audience commerciale nationale ;

Considérant que, dans son avis n° 94-A-26 du 15 novembre 1994, le Conseil de la concurrence a défini un marché de l'espace publicitaire radiophonique ; qu'il a précisé que les remises de couplage comportent d'autant plus de risques d'atteinte au jeu de la concurrence, sur le marché de l'espace publicitaire que les sociétés propriétaires des stations radiophoniques concernées y occupent une place prééminente ; qu'il a également indiqué que la remise tarifaire résultant du couplage était de nature à dissuader les annonceurs d'acheter de l'espace publicitaire radiophonique auprès d'un seul des deux supports ayant décidé de mettre en oeuvre une telle remise et auprès d'une autre régie publicitaire radiophonique, même si cet espace a un " coût au mille " comparable à celui de l'un ou l'autre des supports offrant la remise de couplage ; qu'en effet, en ne concentrant pas ses achats sur les deux supports en cause, l'annonceur perdrait automatiquement le bénéfice du couplage ; que cette stratégie peut avoir pour effet de diminuer artificiellement la compétitivité des supports concurrents de ceux concernés par le couplage et est susceptible de limiter la concurrence sur le marché de l'espace publicitaire radiophonique ;

Considérant qu'au stade actuel de la procédure et sous réserve de l'instruction au fond, il ne peut être exclu que certains des comportements dénoncés tendent à entraver le jeu de la concurrence dans le secteur concerné et puissent entrer dans le champ d'application des articles 7 et 8 de l'ordonnance du

1^{er} décembre 1986 ;

Sur la demande de mesures conservatoires :

Considérant que la société Europe Régies SA sollicite du Conseil qu'il prononce, sur le fondement de l'article 12 de l'ordonnance précitée, la cessation de la mesure de couplage publicitaire " VITAMINES ", ainsi que toute concertation de nature à harmoniser les stratégies des sociétés susvisées ;

Considérant qu'aux termes de l'article 12 de l'ordonnance 1^{er} 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 " ;

Considérant, en premier lieu, qu'en l'état actuel de la procédure, on ne peut déduire des éléments du dossier qu'il existerait, en dehors des pratiques de couplage publicitaire dénoncées, une concertation entre les sociétés NRJ Régies et IP RTV visant à harmoniser de façon permanente leur stratégie commerciale, dont le caractère grave et immédiat supposerait le prononcé d'une mesure d'urgence ;

Considérant qu'à l'appui de sa demande, la société saisissante fournit des montants, par secteurs, des investissements publicitaires bruts réalisés en janvier 1997 et janvier 1998 sur les différents supports radiophoniques (source Secodip) ; qu'il en ressort que les investissements publicitaires dans les secteurs économiques visés par la pratique du couplage ne dépassent pas 10 % des investissements globaux, quelle que soit la régie ;

Considérant, en second lieu, que, sur les stations pour lesquelles Europe Régies SA est la régie publicitaire, les investissements bruts ont crû de 2,9 % dans les secteurs concernés par le couplage publicitaire entre janvier 1997 et janvier 1998, alors que les investissements publicitaires globaux ont diminué de 5 % dans le même temps sur ces stations ; qu'en conséquence il n'est pas possible de déduire que le couplage est un facteur déterminant de l'évolution des investissements publicitaires réalisés sur les différents supports radiophoniques, ou de leur répartition entre ces supports ;

Considérant, enfin, que la mesure de couplage en cause a cessé le 21 mars 1998, soit trois jours après l'enregistrement de la demande de mesures conservatoires déposée par la société Europe Régie SA ;

Considérant que, dans ces conditions, il n'y a pas lieu au prononcé de mesures conservatoires,

Décide :

Article unique :

La demande de mesures conservatoires enregistrée sous le numéro M 210 est rejetée.

Délibéré, sur le rapport oral de Mme Servella-Huertas, par M. Barbeau, président, MM. Cortesse et Jenny, vice-présidents.

Le rapporteur général,

Marie Picard

Le président,

Charles Barbeau