

**Avis n° 23-A-12 du 26 juillet 2023
relatif à un projet de décret portant sur la durée des contrats
conclus pour la commercialisation des droits d'exploitation
audiovisuelle mentionnés à l'article L. 333-2 du code du sport**

L'Autorité de la concurrence (commission permanente),

Vu la lettre enregistrée le 17 mars 2023 sous le numéro 23/0020 A, par laquelle le ministre de l'économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique a saisi l'Autorité de la concurrence d'une demande d'avis concernant un projet de décret relatif à la durée des contrats conclus pour la commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle mentionnés à l'article L. 333-2 du code du sport ;

Vu le Traité sur le fonctionnement de l'Union européenne, et notamment ses articles 101 et 102 ;

Vu le livre IV du code de commerce, et notamment ses articles L. 420-1 et L. 420-2 ;

Vu le code du sport, notamment ses articles L. 333-2 et R. 333-3 ;

Vu les autres pièces du dossier ;

Les représentants de la Ligue de Football Professionnel, de Groupe Canal Plus, et des sociétés beIN Sports, Amazon, DAZN et Orange, entendus sur le fondement des dispositions du deuxième alinéa de l'article L. 463-7 du code de commerce ;

Les rapporteurs, la rapporteure générale adjointe, le commissaire du Gouvernement et les représentants du ministère des sports et des jeux olympiques et paralympiques entendus lors de la séance de l'Autorité de la concurrence du 30 juin 2023 ;

Est d'avis de répondre à la demande présentée dans le sens des observations suivantes :

SOMMAIRE

INTRODUCTION.....	3
I. LE SECTEUR DE LA COMMERCIALISATION DES DROITS D'EXPLOITATION AUDIOVISUELLE DU FOOTBALL PROFESSIONNEL.....	3
A. L'ORGANISATION DU SECTEUR.....	3
B. L'EVOLUTION DE LA DYNAMIQUE CONCURRENTIELLE	4
C. LA REGLEMENTATION DU SECTEUR.....	5
II. LA DEMANDE D'AVIS.....	6
III. ANALYSE CONCURRENTIELLE.....	7
A. SUR LA DUREE DES CONTRATS D'EXCLUSIVITE EN MATIERE DE DROITS D'EXPLOITATION AUDIOVISUELLE DU FOOTBALL	7
1. L'ORIGINE ET LES OBJECTIFS DE L'ENCADREMENT <i>EX ANTE</i> DE LA VENTE CENTRALISEE DES DROITS.....	7
2. L'ANALYSE DE LA LIMITATION DE LA DUREE D'EXPLOITATION DES DROITS.....	8
B. SUR LA CAPACITE D'UN ALLONGEMENT DE LA DUREE A ABAISSER LES BARRIERES A L'ENTREE	9
1. SUR LA CAPACITE THEORIQUE D'UN ALLONGEMENT DE LA DUREE A ABAISSER LES BARRIERES A L'ENTREE.....	10
2. SUR L'ENTREE EFFECTIVE DE NOUVEAUX OPERATEURS A LA SUITE D'UN ALLONGEMENT DE LA DUREE.....	11
CONCLUSION.....	16

Introduction

1. Par lettre du 17 mars 2023, enregistrée sous le numéro 23/0020 A, l’Autorité de la concurrence (ci-après, « l’Autorité ») a été saisie, sur le fondement de l’article L. 462-2 du code de commerce, par le ministre de l’économie, des finances et de la souveraineté industrielle et numérique (ci-après « le ministre de l’économie »), d’une demande d’avis sur un projet de décret visant à porter de quatre à cinq ans la durée maximale des contrats conclus pour la commercialisation des droits d’exploitation audiovisuelle mentionnés à l’article R. 333-3 du code du sport (ci-après, « le projet de décret »).
2. Dans les faits, seule est concernée la commercialisation des droits d’exploitation audiovisuelle du football professionnel, seuls droits auxquels s’applique aujourd’hui l’article R. 333-3 précité.
3. Le projet de décret s’inscrit dans le cadre plus global des réflexions, entreprises dans un contexte marqué à la fois par la crise sanitaire et la défaillance de Mediapro, sur la sécurisation de la commercialisation des droits des ligues professionnelles ainsi que sur la possibilité pour celles-ci, depuis la loi n° 2022-296 du 2 mars 2022 visant à démocratiser le sport en France¹ (ci-après, « la loi du 2 mars 2022 »), de créer une société commerciale pour la commercialisation et la gestion des droits d’exploitation des manifestations ou compétitions sportives qu’elles organisent.

I. Le secteur de la commercialisation des droits d’exploitation audiovisuelle du football professionnel

A. L’ORGANISATION DU SECTEUR

4. Dans ce secteur, sont en relation du côté de l’offre un vendeur unique, la Ligue de Football Professionnel (ci-après, « LFP »), et, du côté de la demande, les diffuseurs de contenus audiovisuels payants.
5. La réglementation est structurante du côté de l’offre. En effet, les articles L. 333-1 et L. 333-2 du code du sport prévoient que lorsque les fédérations sportives, propriétaires des droits d’exploitation audiovisuelle des manifestations ou compétitions sportives qu’elles organisent, cèdent ces droits aux sociétés sportives, ces derniers sont commercialisés, de façon centralisée, par la ligue professionnelle. Les conditions de cette commercialisation sont précisées à l’article R. 333-3 du même code.
6. À ce jour, seule la Fédération Française de Football (ci-après, « FFF ») a cédé la propriété de ses droits aux sociétés sportives, de sorte que ces dispositions ne sont applicables qu’à la LFP.

¹ Rapport d’information de l’Assemblée nationale déposé par la Commission des affaires culturelles et de l’éducation en conclusion des travaux de la mission sur les droits de diffusion audiovisuelle des manifestations sportives, page 14.

7. Du côté de la demande, les droits des compétitions sportives, et plus particulièrement ceux du championnat de France de première division de football, la Ligue 1, commercialisés par la LFP, et dont il sera spécifiquement question dans le cadre du présent avis du fait de leur caractère particulièrement attractif², ont majoritairement été achetés, jusqu'à ce jour, par des opérateurs de télévision payante³.

B. L'EVOLUTION DE LA DYNAMIQUE CONCURRENTIELLE

8. Le paysage concurrentiel a fortement évolué au cours des dernières décennies et s'est caractérisé par l'entrée, sur le marché de l'acquisition de droits, d'opérateurs aux profils différents, dont certains sont depuis sortis du marché.
9. À la fin des années 1990, l'arrivée de TPS aux côtés de Canal Plus et la commercialisation des droits audiovisuels par appel d'offres plutôt qu'en gré à gré ont conduit à une intensification de la concurrence pour l'acquisition des droits. Au milieu des années 2000, les fournisseurs d'accès à internet, et notamment Orange, qui a obtenu lors de l'appel d'offres de 2007 un lot « premium », se sont également positionnés⁴.
10. Au début des années 2010, l'évolution des technologies, et tout particulièrement le développement de l'internet haut débit et de la télévision par internet (IPTV), a progressivement facilité l'apparition de nouvelles offres de télévision contenant du sport et l'arrivée de groupes audiovisuels internationaux, comme Discovery ou beIN Sports.
11. Depuis début 2020, certains opérateurs de services de vidéo à la demande par abonnement (ci-après, « VàDA ») proposent désormais à leurs clients, aux côtés des acteurs « classiques » de la télévision, une part croissante de contenus sportifs. C'est le cas notamment d'Amazon, qui propose une offre de VàDA, Prime Video, incluse dans le service Amazon Prime, et qui, comme l'a déjà relevé l'Autorité⁵, poursuit une stratégie d'acquisition de droits sportifs dans plusieurs pays (Italie, Allemagne, Inde et États-Unis notamment). En France, Prime Video dispose, dans le secteur sportif, des droits de diffusion en direct d'une partie des matchs de tennis de Roland Garros et diffuse, depuis 2021, après s'être vu attribuer, au terme d'une négociation de gré à gré, l'ensemble des droits remportés en 2018 par Mediapro une partie des matchs de la Ligue 1 et de la Ligue 2 de football, *via* un service dédié accessible aux clients d'Amazon Prime par le biais d'un abonnement complémentaire dénommé « Pass Ligue 1 »⁶.

² Les droits audiovisuels de la Ligue 2 sont également concernés par l'article R. 333-3 mais ne feront pas l'objet de développements spécifiques dans le cadre du présent avis.

³ Voir pour plus de détail l'avis n° 19-A-04 du 21 février 2019 relatif à une demande d'avis de la commission des Affaires culturelles et de l'Éducation de l'Assemblée nationale dans le secteur de l'audiovisuel et la décision n° 21-D-12 du 11 juin 2021 relative à des pratiques mises en œuvre par la Ligue de Football Professionnelle dans le secteur de la vente de droits de diffusion télévisuelle de compétitions sportives.

⁴ Le groupe Orange n'est plus présent sur le marché de l'acquisition des droits de football en France depuis 2016 en raison, selon lui, de difficultés liées à la rentabilisation de l'investissement nécessaire à l'exploitation des droits (réponse du Groupe Orange à la question 1 du questionnaire adressé par les services d'instruction).

⁵ Décision n° 21-D-12 précitée, paragraphe 7.

⁶ Le Pass Ligue 1 est vendu au prix de 99 euros par an ou de 12,99 euros par mois sans engagement de durée. L'abonnement Amazon Prime est vendu au prix de 69,90 euros par an ou de 6,99 euros par mois sans engagement de durée. Voir la réponse d'Amazon au questionnaire des services d'instruction.

12. Les évolutions technologiques précitées ont également permis le développement de la diffusion de contenus en service par contournement (ou « *over the top* »), qui permet à un éditeur de services télévisuels de distribuer directement ses contenus aux consommateurs disposant d'une connexion internet à haut débit. Ce service a été développé à la fois par les opérateurs de VàDA tels qu'Amazon ou Netflix et des diffuseurs télévisuels comme Discovery (Eurosport Player) ou beIN Sports (beIN Connect).
13. L'acquisition des droits de la Ligue 1 a également récemment suscité l'intérêt d'opérateurs nouveaux, dont la plateforme spécialisée de flux (« *streaming* ») sportif DAZN qui, si à ce jour elle « *ne détient ni ne gère aucun droit sportif français ni aucun service localisé en français* »⁷, s'est toutefois positionnée sur plusieurs lots de la Ligue 1 à l'occasion de l'appel d'offres de 2021, organisé à la suite de la sortie de Mediapro du marché⁸. DAZN détient par ailleurs les droits audiovisuels d'autres compétitions de football dans l'Union européenne (Liga en Espagne, Bundesliga en Allemagne, Serie A en Italie et la Ligue des Champions pour diffusion en Allemagne).

C. LA REGLEMENTATION DU SECTEUR

14. Aux termes du deuxième alinéa de l'article L. 333-1 du code du sport, chaque fédération, par exception au principe formulé à l'alinéa premier, peut céder, aux sociétés sportives, la propriété des droits audiovisuels des compétitions et manifestations sportives organisées par la ligue professionnelle créée par la fédération. Dans ce cas, un dispositif spécial, prévu à l'article L. 333-2 et aux articles R. 333-1 et suivants du code du sport, s'applique.
15. L'article L. 333-2, en vigueur depuis le 25 mai 2006, dispose ainsi :

« Les droits d'exploitation audiovisuelle cédés aux sociétés sportives sont commercialisés par la ligue professionnelle dans des conditions et limites précisées par décret en Conseil d'Etat.

Cette commercialisation est effectuée avec constitution de lots, pour une durée limitée et dans le respect des règles de concurrence. »
16. L'article R. 333-3 précise les conditions et limites de la commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle par la ligue. Il dispose :

« La commercialisation par la ligue des droits mentionnés au premier alinéa de l'article R. 333-2 est réalisée selon une procédure d'appel à candidatures publique et non discriminatoire ouverte à tous les éditeurs ou distributeurs de services intéressés.

L'avis d'appel à candidatures contient des informations relatives au contenu et à l'échéance des contrats en cours portant sur les autres droits d'exploitation audiovisuelle. Il précise également le calendrier de la procédure d'attribution et les modalités d'ouverture des offres des différents candidats.

Les droits sont offerts en plusieurs lots distincts dont le nombre et la constitution doivent tenir compte des caractéristiques objectives des marchés sur lesquels ils sont proposés à l'achat.

⁷ Voir la réponse de DAZN au questionnaire adressé par les services d'instruction.

⁸ Analyse de l'Arcom sur l'état de l'offre, de la demande et des modes de consommation des contenus sportifs audiovisuels en France, page 6.

Chaque lot est attribué au candidat dont la proposition est jugée la meilleure au regard de critères préalablement définis dans l'avis d'appel à candidatures. Les contrats sont conclus pour une durée qui ne peut excéder quatre ans.

La ligue doit rejeter les propositions d'offres globales ou couplées ainsi que celles qui sont assorties d'un complément de prix. »

II. La demande d'avis

17. Dans sa saisine, le ministre de l'économie demande en particulier à l'Autorité de se prononcer sur « *l'impact que pourrait avoir ce projet de texte sur le fonctionnement de la concurrence sur le marché de la télévision payante, en tenant compte des évolutions récentes de ce marché et notamment de sa pénétration par de nouveaux acteurs de l'économie numérique* ».
18. Selon le ministère des sports et des jeux olympiques et paralympiques (ci-après, « ministère des sports »), un allongement de la durée d'exploitation des droits à cinq ans est de nature à favoriser l'entrée de nouveaux opérateurs sur le marché et donc une dynamique concurrentielle plus forte à l'achat, permettant d'augmenter la valeur des droits et, partant, de contribuer au financement de l'écosystème du football professionnel et amateur en assurant une meilleure rémunération des clubs et, plus largement, du sport français, notamment *via* le mécanisme de solidarité de la taxe Buffet⁹.
19. Le rapport de présentation du projet de décret précise que ce dernier vise à contribuer au maintien de l'attractivité des droits d'exploitation audiovisuelle des championnats professionnels de football de première division sur les marchés européens. En effet, les diffuseurs de contenus sportifs, éditeurs de télévision et depuis peu plateformes, opérant de manière croissante sur différents marchés nationaux, ils doivent, selon le rapport, être incités à « *conserver un intérêt réel à investir dans les compétitions françaises de sport professionnel* »¹⁰. Une durée d'exploitation plus longue contribuerait ainsi à maintenir cet intérêt dans la mesure où elle permettrait un meilleur amortissement des investissements liés (i) à l'acquisition des droits et (ii) aux coûts additionnels (diffusion, marketing, production, communication, etc.) qui peuvent être très élevés dans la première phase d'exploitation des droits.
20. L'allongement de la durée favoriserait ainsi la concurrence, en permettant à de nouveaux acteurs, notamment ceux proposant des technologies et solutions innovantes, de contester la position des acteurs déjà présents sur le marché¹¹.

⁹ Rapport de présentation du projet de décret relatif à la durée des contrats conclus pour la commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle mentionnés à l'article L. 333-2 du code du sport, page 5 (point 4.2).

¹⁰ Rapport de présentation du projet de décret relatif à la durée des contrats conclus pour la commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle mentionnés à l'article L. 333-2 du code du sport, page 5 (point 4.2).

¹¹ Rapport de présentation du projet de décret relatif à la durée des contrats conclus pour la commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle mentionnés à l'article L. 333-2 du code du sport, page 8 (point 4.4).

21. Enfin, le projet de décret vise à contribuer à sécuriser la commercialisation des droits audiovisuels du football, en incitant les acteurs à « *investir de façon rationnelle et à garantir une saine exploitation [des droits] sur le cycle d'exploitation 2024-2029* »¹².

III. Analyse concurrentielle

A. SUR LA DUREE DES CONTRATS D'EXCLUSIVITE EN MATIERE DE DROITS D'EXPLOITATION AUDIOVISUELLE DU FOOTBALL

22. La limitation de la durée des contrats conclus pour l'exploitation des droits d'exploitation audiovisuelle du football professionnel constitue l'une des dispositions du mécanisme d'encadrement *ex ante* de la vente centralisée des droits prévu par les articles L. 333-2 et R. 333-3 du code du sport.
23. Avant de développer la question spécifique de la durée d'exploitation des droits (2.), il convient de rappeler l'origine et les objectifs de la réglementation encadrant la vente de ces droits (1.).

1. L'ORIGINE ET LES OBJECTIFS DE L'ENCADREMENT *EX ANTE* DE LA VENTE CENTRALISEE DES DROITS

24. Dans son avis n° 07-A-07 du 25 juillet 2007 relatif aux conditions de l'exercice de la concurrence dans la commercialisation des droits sportifs (ci-après, « avis n° 07-A-07 »)¹³, le Conseil de la concurrence (ci-après, « le Conseil ») a rappelé que le principe d'une réglementation des appels d'offres des ligues professionnelles résulte de la nécessité de limiter les risques, pour la concurrence, d'une commercialisation centralisée des droits identifiés à plusieurs reprises par la Commission européenne (ci-après, « la Commission »)¹⁴.
25. La Commission a, en effet, considéré que le système de vente centralisée des droits des clubs sportifs par un organisme unique constituait une restriction de concurrence, en ce qu'il empêchait une détermination individuelle par chacun des clubs des conditions de vente, dont les prix, mais qu'il pouvait néanmoins prospérer, soit parce que les conditions d'une exemption au titre de l'article 81, paragraphe 3 (aujourd'hui article 101, paragraphe 3), de l'accord EEE étaient remplies¹⁵, soit parce que les parties avaient proposé des engagements

¹² Fiche d'impact accompagnant la saisine, page 3.

¹³ Avis n° 07-A-07 du 25 juillet 2007 relatif aux conditions de l'exercice de la concurrence dans la commercialisation des droits sportifs.

¹⁴ Décisions de la Commission européenne n° COMP/C.2-37.398, du 23 juillet 2003, Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League, n° COMP/C-2/37.214 du 19 janvier 2005, Joint selling of the media rights to the German Bundesliga et n° COMP/C-2/38.173, du 22 mars 2006, Joint selling of the media rights to the FA Premier League.

¹⁵ Décision de la Commission européenne n° COMP/C.2-37.398, du 23 juillet 2003, Joint selling of the commercial rights of the UEFA Champions League.

– tels que la vente des droits répartis en lots distincts, selon une procédure d'appel d'offres transparente et non-discriminatoire ouverte à tous les opérateurs intéressés et la limitation de la durée d'attribution des droits à trois ans – de nature à répondre aux préoccupations de concurrence qu'elle avait identifiées¹⁶. En France, ces conditions ont été reprises, en substance, à l'article R. 333-3 du code du sport.

26. Dans l'avis n° 07-A-07, le Conseil s'est, par ailleurs, prononcé sur la question de savoir s'il était envisageable de supprimer toute réglementation *ex ante* et de laisser le droit commun de la concurrence répondre à la situation particulière résultant de la vente centralisée des droits d'exploitation audiovisuelle du football professionnel. Il s'est montré défavorable à une telle évolution, nonobstant le changement de contexte concurrentiel résultant de la fusion des sociétés Canal Plus et TPS, dans la mesure où une réglementation *ex ante* contribue à sécuriser la négociation des droits et instaure des règles prévisibles pouvant favoriser les candidatures soumises dans le cadre des appels d'offres organisés par la LFP¹⁷.

2. L'ANALYSE DE LA LIMITATION DE LA DUREE D'EXPLOITATION DES DROITS

27. S'agissant spécifiquement de la limitation de la durée des contrats, le Conseil a eu l'occasion de se prononcer, dans les avis n° 07-A-07 et n° 07-A-15 du 9 novembre 2007¹⁸, sur la question d'un allongement de la durée maximale d'exploitation des droits prévue par l'article R. 333-3 du code du sport. Le premier portait, notamment, sur la question de savoir s'il était envisageable d'allonger, de trois à cinq ans, voire de supprimer, la durée maximale des contrats. Le second analysait un projet de modification du décret n° 2001-699¹⁹ portant cette durée de trois à quatre ans.
28. Dans l'avis n° 07-A-07, le Conseil a relevé, tout d'abord, que la limitation de la durée des contrats était une contrepartie indispensable à la restriction de concurrence liée à une vente centralisée « *des droits audiovisuels les plus attractifs du football alors que, ceux-ci ayant été transférés aux clubs, devraient être vendus par eux* »²⁰. Cette limitation a pour objectif, d'une part, de contenir le pouvoir exclusif du vendeur, et, d'autre part, de limiter le risque d'éviction de l'opérateur candidat n'ayant pas obtenu les droits et n'ayant en conséquence pas été en mesure de mettre à disposition de ses abonnés un contenu jugé essentiel par ces derniers, mettant en jeu, à moyen terme, sa survie sur les marchés de la télévision payante.
29. Toutefois, dans cet avis le Conseil a également considéré que garantir une certaine durée d'exclusivité apparaît nécessaire pour permettre aux acheteurs de mettre en œuvre et d'amortir les investissements requis pour pénétrer le marché et capter une base d'abonnés²¹.

¹⁶ Voir les décisions de la Commission européenne dans les affaires n° COMP/C-2/37.214 du 19 janvier 2005, Joint selling of the media rights to the German Bundesliga, et du 22 mars 2006, n° COMP/C-2/38.173, Joint selling of the media rights to the FA Premier League.

¹⁷ Avis n° 07-A-07, paragraphe 90.

¹⁸ Avis n° 07-A-15 du 9 novembre 2007 portant sur le projet de décret modifiant le décret 2004-699 relatif à la commercialisation par les ligues professionnelles des droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions ou manifestations sportives.

¹⁹ Décret n° 2004-699 du 15 juillet 2004 pris pour l'application de l'article 18-1 de la loi n° 84-610 du 16 juillet 1984 et relatif à la commercialisation par les ligues professionnelles des droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions ou manifestations sportives.

²⁰ Avis n° 07-A-07, paragraphe 61.

²¹ Avis n° 07-A-07, paragraphes 48 et 68.

30. Le Conseil a ajouté que si la durée normalement admise²², pour ce type de contrats portant sur les droits des championnats nationaux de football, qui sont des droits qualifiés de *premium*, était de trois ans, il n'existait pas de durée d'exclusivité standard, chaque accord et marché présentant des caractéristiques particulières pouvant justifier des durées plus longues, dès lors qu'elles n'excèdent pas ce qui est nécessaire à l'amortissement de l'investissement²³.
31. Il a, partant, mené un test en deux temps. Dans un premier temps, il a analysé la capacité théorique d'un allongement de la durée à abaisser les barrières sur le marché en cause, ce qui supposait d'examiner si ces barrières étaient réellement dissuasives. Dans un second temps, il s'est interrogé sur le point de savoir si la mesure conduirait effectivement de nouveaux opérateurs à entrer sur le marché.
32. L'approche retenue par le Conseil, essentiellement tournée vers la question de l'entrée sur le marché d'opérateurs nouveaux plutôt que sur les effets d'un tel allongement sur la situation des opérateurs situés à l'aval de la chaîne de valeur, notamment les éditeurs, pouvait être justifiée par le contexte économique de l'époque, lequel a sensiblement évolué depuis. Ainsi, le marché se caractérisait à la fois par un vendeur unique, la LFP, et un acheteur unique, Groupe Canal Plus²⁴. Le marché de l'acquisition de droits était ainsi davantage concentré qu'aujourd'hui, de sorte qu'il apparaissait nécessaire d'abaisser les barrières à l'entrée du marché pour favoriser l'arrivée de nouveaux opérateurs. Par ailleurs, dans le contexte de l'époque, et eu égard notamment au modèle économique des éditeurs de services de télévision payante, la diffusion de la Ligue 1 jouait un rôle plus important qu'aujourd'hui dans la viabilité économique d'une offre de télévision payante (voir à ce sujet, le paragraphe 53 ci-dessous).
33. Ainsi, tenant compte des évolutions sectorielles décrites dans la Partie I du présent avis, les développements qui suivent analyseront, d'une part, l'effet d'un allongement à cinq ans de la durée maximale des contrats sur les barrières à l'entrée et, d'autre part, les risques d'un tel changement d'une part sur les activités des opérateurs à l'aval, notamment celui d'être évincés du marché s'ils sont privés des droits pendant une durée de cinq ans, d'autre part pour les consommateurs, en particulier le risque qu'un accroissement du prix d'acquisition des droits à l'amont, par l'effet d'un allongement de l'exclusivité d'exploitation des droits, soit répercuté sur le prix des abonnements.

B. SUR LA CAPACITE D'UN ALLONGEMENT DE LA DUREE A ABAISSER LES BARRIERES A L'ENTREE

34. Selon le ministère des sports et la LFP, un allongement de la durée des contrats permettrait d'abaisser les barrières à l'entrée du marché de l'acquisition des droits et stimulerait la concurrence à l'achat, du fait de l'arrivée sur le marché de nouveaux opérateurs.

²² En ce qu'elle ne ferme pas le marché pendant une période trop longue tout en permettant à l'acheteur d'amortir son investissement.

²³ Avis n° 07-A-07, paragraphes 59 et suivants.

²⁴ À l'exception de droits de diffusion en téléphonie mobile et pour un magazine dominical, Groupe Canal Plus avait été attributaire de la totalité des droits à l'issue de l'appel d'offres d'octobre 2004 (cycle d'exploitation 2004-2008).

35. À titre liminaire, il doit être relevé qu'aucune étude précise et quantifiée n'a pu être fournie par le ministère des sports ou la LFP s'agissant des effets, sur les marchés, d'un allongement à cinq ans de la durée des contrats²⁵. Il en est de même s'agissant des effets de l'allongement de la durée des contrats de trois à quatre ans, à la suite de l'adoption du décret n° 2007-1676 du 28 novembre 2007.
36. Il ressort de l'instruction qu'actuellement la principale barrière à l'entrée identifiée par les différents acteurs du secteur est de nature financière (la valeur des droits en tant que tels et les investissements nécessaires à leur exploitation). Cette barrière n'est pas nouvelle et a déjà été relevée par le Conseil puis l'Autorité, notamment dans l'avis n° 07-A-07²⁶ et dans la décision n° 17-DCC-92 du 22 juin 2017, où l'Autorité indiquait que l'inflation du montant des droits présentait un caractère dissuasif pour un nouvel entrant²⁷. Une autre barrière majeure relevée par la pratique décisionnelle²⁸, également mise en avant par certains acteurs dans le cadre de la présente instruction, concerne l'accès de leurs services à la distribution.
37. Les développements qui suivent abordent successivement, comme l'avait fait le Conseil en 2007, la capacité théorique d'un allongement de la durée des contrats à abaisser les barrières à l'entrée (1.) et la question de savoir si un tel allongement conduirait effectivement de nouveaux opérateurs à entrer sur le marché de l'acquisition des droits (2.).

1. SUR LA CAPACITE THEORIQUE D'UN ALLONGEMENT DE LA DUREE A ABAISSER LES BARRIERES A L'ENTREE

38. S'agissant du premier critère analysé par le Conseil en 2007, relatif à la capacité théorique d'un allongement de la durée à abaisser les barrières à l'entrée du marché de l'acquisition de droits, la majorité des acteurs interrogés lors de l'instruction confirment, sur un plan théorique, qu'une durée de cinq ans est susceptible de faciliter l'amortissement de l'investissement et donc d'accroître les incitations de potentiels nouveaux entrants à entrer sur le marché.
39. Toutefois, il a également été relevé que l'augmentation du montant des droits résultant de l'allongement de la durée d'exploitation à cinq ans, estimée par la LFP de 10 % à 15 % par saison²⁹, sans que ce chiffre soit toutefois documenté, pourrait avoir un effet dissuasif pour un nouvel entrant. Le ministère des sports a ainsi relevé que la mesure proposée pourrait à la fois « *inciter de nouveaux opérateurs à se positionner et en désinciter d'autres* », par exemple des opérateurs de moindre envergure comme L'Equipe³⁰.

²⁵ Selon la fiche d'impact accompagnant la saisine, les gains escomptés d'un allongement à cinq ans sont estimés à 140 millions d'euros annuels pour les droits domestiques, mais aucune analyse n'est fournie à l'appui de cette estimation. La LFP déclare attendre de l'allongement de la durée une augmentation de la valeur des droits de 10 à 15 % par saison (compte-rendu de la réunion du 6 avril 2023, page 2).

²⁶ Avis n° 07-A-07, paragraphe 73.

²⁷ Décision n° 17-DCC-92 du 22 juin 2017 portant réexamen des injonctions de la décision n° 12-DCC-100 du 23 juillet 2012 relative à la prise de contrôle exclusif de TPS et CanalSatellite par Vivendi SA et Groupe Canal Plus, paragraphe 397.

²⁸ Voir la décision n° 17-DCC-92 précitée, paragraphe 395. Netflix avait ainsi indiqué qu'il n'envisageait pas d'entrer sur le marché en raison du montant des investissements requis pour l'acquisition des droits, paragraphe 396.

²⁹ Compte-rendu de la réunion avec la LFP du 6 avril 2023, page 2.

³⁰ Compte-rendu de la réunion avec le ministère des sports du 5 avril 2023, page 6.

40. Par ailleurs, la capacité d'un allongement de la durée à abaisser les barrières à l'entrée apparaît incertaine dès lors que le coût fixe associé à la diffusion de la Ligue 1, constitué notamment de la valeur des droits, qui semble concentrer, comme l'indiquent les opérateurs interrogés, une part significative des coûts totaux, tend à augmenter avec la durée d'attribution des droits. En effet, plus cette dernière est longue, plus le montant payé par les acquéreurs est susceptible d'être élevé, de sorte qu'il n'est pas exclu que l'amortissement de l'investissement ne soit pas significativement facilité par une augmentation de la durée des droits.

2. SUR L'ENTREE EFFECTIVE DE NOUVEAUX OPERATEURS A LA SUITE D'UN ALLONGEMENT DE LA DUREE

41. S'agissant du second critère analysé par le Conseil – la question de savoir si l'allongement de la durée conduirait effectivement de nouveaux opérateurs à entrer – le résultat de l'instruction est peu conclusif, les potentiels nouveaux entrants interrogés n'ayant pas clairement identifié, autrement que sur un plan purement théorique, l'allongement de la durée comme un élément déterminant d'incitation à entrer sur le marché.
42. S'agissant des plateformes, l'instruction n'a pas non plus permis de vérifier la thèse du ministère des sports et de la LFP selon laquelle ces opérateurs arbitraient entre différents championnats nationaux, en fonction des opportunités qui s'offrent à eux, en mettant en concurrence ces championnats en fonction de leur rentabilité³¹. Selon cette approche, la durée d'exploitation serait un paramètre important d'attractivité des droits pour les plateformes, dont l'arbitrage tient compte, entre autres, de la durée d'amortissement des investissements.
43. Sur ce dernier point, il apparaît, en réalité, que le modèle économique de certaines plateformes disposant de larges bases d'abonnés, de contenus diversifiés et qui, pour certaines d'entre elles, proposent des services autres que la diffusion de contenus, peut tendre à déconnecter le bilan économique d'un investissement dans des droits sportifs de la durée de ces derniers.
44. Par ailleurs, l'Autorité relève qu'aucun enseignement ne peut être tiré de l'allongement de trois à quatre ans, le lien de causalité avec l'entrée de nouveaux opérateurs n'ayant pu être vérifié (faute notamment, comme mentionné *supra*, d'étude d'impact sur ce point). Si l'on peut constater, depuis 2007, l'arrivée de nouveaux opérateurs se positionnant sur l'acquisition de droits (entrée en 2007 – puis sortie en 2016 – d'Orange ; entrée de beIN en 2011 ; entrée en 2018 – puis sortie en 2020 – de Mediapro), les éléments disponibles ne permettent pas d'établir de lien de causalité univoque entre l'allongement de la durée à quatre ans et l'entrée de ces nouveaux opérateurs sur le marché. Ainsi, si la LFP a déclaré « *qu'à la suite de l'allongement de la durée des contrats, de nouveaux opérateurs ont pénétré le marché* », elle a admis ne pas pouvoir « *affirmer qu'il existe de manière précise une causalité entre l'allongement de la durée et l'arrivée de nouveaux opérateurs : jamais un client n'a indiqué explicitement se positionner en raison de l'allongement de la durée à 4 ans.* »³²

³¹ Compte-rendu de la réunion avec la LFP du 6 avril 2023, page 4. Compte-rendu de la réunion avec le ministère des sports du 5 avril 2023, pages 5 et 6.

³² Compte-rendu de la réunion avec la LFP du 6 avril 2023, page 2.

45. De plus, il ressort de l’instruction que l’arrivée de nouveaux opérateurs (Orange et beIN) n’a pas entraîné l’effet aujourd’hui attendu par la mesure, à savoir un renchérissement significatif du prix des droits. En effet, celui-ci, qui était d’environ 600 millions d’euros en 2005 et 720 millions en 2016, a certes atteint, plus de dix années après l’allongement de la durée à quatre ans, environ un milliard d’euros à l’issue de l’appel d’offres de 2018, mais la pertinence de ce montant est à relativiser, dès lors que Mediapro n’a pas été en mesure d’honorer son engagement et a été contraint de sortir du marché.
46. En conclusion, s’il n’est pas exclu qu’en théorie, un allongement de la durée augmente les incitations de nouveaux entrants à entrer sur le marché, l’instruction n’a toutefois pas permis d’établir qu’un allongement de la durée de quatre à cinq ans était une condition nécessaire à l’entrée de nouveaux opérateurs sur le marché, en particulier ceux (*i.e.* les plateformes) mentionnés spécifiquement par le ministère des sports et la LFP.

C. SUR LES RISQUES CONCURRENTIELS D’UN ALLONGEMENT DE LA DUREE A CINQ ANS

47. Les avantages attendus de la mesure, liés à l’abaissement des barrières à l’entrée du marché de l’acquisition des droits de la Ligue 1, doivent être mis en balance avec les risques potentiels d’un tel allongement sur la structure du marché à l’aval (1.) et sur le consommateur (2.).

1. SUR LE RISQUE ACCRU D’EVICION DES DIFFUSEURS PERDANT DES APPELS D’OFFRES

48. Dans son avis n° 07-A-07, le Conseil avait indiqué que la principale raison de l’adoption d’une limitation à trois ans de la durée des contrats a été « *de limiter le pouvoir exclusif du vendeur tout en évitant que ces droits soient monopolisés par l’acheteur pendant une trop longue période, comportant le risque de voir disparaître un opérateur concurrent de la télévision payante, privé trop longtemps de l’accès à un contenu jugé essentiel par ses abonnés. En effet, dans ce modèle économique, l’opérateur se finance les abonnements et toute perte importante d’abonnés consécutive à un échec sur le marché de l’acquisition de droits peut mettre en cause sa survie à moyen terme* »³³.
49. Une durée allongée des contrats d’exclusivité accroît, en théorie, le risque que les candidats perdants de l’appel d’offres (ou encore les opérateurs non existants à date mais pouvant vouloir entrer sur le marché dans les cinq années à venir) soient évincés des marchés des services de télévision payante, dès lors que ces droits constituent une ressource essentielle au succès d’une offre de télévision payante.
50. À ce titre, l’Autorité relève que le caractère essentiel de l’intégration de la Ligue 1 dans les offres dépend fondamentalement des choix des consommateurs, et notamment de (i) leur capacité à substituer une offre de télévision payante incluant certains matchs de la Ligue 1 avec une offre comportant d’autres matchs de Ligue 1, voire une offre incluant la Ligue 1 avec une offre sans Ligue 1, (ii) de leur capacité à cumuler une offre incluant la Ligue 1 avec une offre sans Ligue 1 et (iii) la proportion que représentent les consommateurs attachés à la Ligue 1 dans le revenu des diffuseurs.

³³ Avis n° 07-A-07, paragraphe 61.

51. Dans son avis rendu dans le cadre de l'affaire ayant donné lieu à la décision n° 21-D-12 précitée, le Conseil supérieur de l'audiovisuel, devenu l'Arcom, indiquait que les appels d'offres portant sur les droits de la Ligue 1 sont « *structurants pour le secteur de la télévision payante, d'autant plus qu'ils portent généralement sur plusieurs saisons* »³⁴. L'Arcom ajoutait que « *[l]es droits de la Ligue 1 se distinguent des autres droits sportifs par le montant des prix d'acquisition, les audiences qu'ils fédèrent ou encore leur processus de commercialisation. La Ligue 1 constitue la compétition sportive la plus chère à acquérir - elle représentait à elle seule plus de 40 % de la valeur des droits sportifs vendus pour une diffusion en France au premier semestre 2020. Elle est également l'une des compétitions les plus attractives, pour les diffuseurs comme pour les téléspectateurs* »³⁵. L'Arcom a ainsi considéré que « *la définition d'un marché pertinent restreint à l'acquisition des droits de Ligue 1 est toujours valable compte tenu des spécificités de cette compétition* »³⁶. Cependant, l'Arcom notait une tendance à l'érosion de la performance de la Ligue 1, qui « *perdrait ainsi légèrement de son attractivité en termes d'évolution d'audience "licite" depuis une dizaine d'années* »³⁷.
52. L'Autorité relève que, depuis 2007, plusieurs offres de services audiovisuels non-linéaires payants ne proposant pas de contenus sportifs ont émergé en France (Netflix, Amazon Prime Video jusqu'en 2021, Disney+). Elle note également l'attractivité croissante d'autres manifestations sportives que la Ligue 1 (le Top 14 de rugby, les championnats de football étrangers dont la Champions League, les sports mécaniques, etc.). Ces manifestations, sans être nécessairement substituables à la Ligue 1, peuvent permettre aux opérateurs de télévision payante de proposer une offre de sport suffisamment attractive, même sans les droits de la Ligue 1. Enfin, l'Autorité constate qu'un opérateur comme beIN, spécialisé dans le sport, continue d'opérer alors même qu'il ne diffuse plus la Ligue 1 depuis 2020.
53. À la lumière de ces éléments, et sans se prononcer sur l'ensemble des questions mentionnées au paragraphe 50 du présent avis, l'Autorité note que la diffusion de la Ligue 1 au sein d'une offre de télévision payante apparaît moins indispensable aujourd'hui qu'elle ne l'était en 2007. Dans ce contexte, le risque d'éviction des candidats perdants lors des appels d'offres portant sur cette compétition, mis en avant par le Conseil dans ses avis de 2007, apparaît moins prégnant aujourd'hui.
54. En tout état de cause, l'Autorité relève que le risque d'éviction d'un diffuseur et de concentration de l'ensemble des droits de diffusion des matchs en direct chez un même opérateur est limité par le mécanisme d'allotissement imposé par l'article R. 333-3 du code du sport et, partant, par la possibilité pour plusieurs acheteurs d'acquérir les lots les plus importants, notamment ceux incluant les matchs en direct, lors des appels d'offres de la Ligue 1. Si ce dispositif n'empêche pas juridiquement un seul opérateur d'acquérir l'ensemble des lots, dès lors qu'il est, pour chacun d'eux, le mieux-disant, l'Autorité constate que depuis 2007, à l'issue de chacun des appels d'offres lancés par la LFP, au moins deux opérateurs ont été attributaires de lots incluant des matchs en direct.

³⁴ Avis n° 2021-08 relatif à une demande de mesures conservatoires accessoire à la saisine au fond introduite devant l'Autorité de la concurrence par la société Groupe Canal Plus concernant des pratiques mises en œuvre par la Ligue de Football Professionnel, page 38.

³⁵ *Ibid.*, page 7.

³⁶ *Ibid.*, page 32.

³⁷ *Ibid.*, page 9.

55. En ce sens, le ministère des sports a déclaré : « [I]a question de la durée doit se lire en combinaison avec celle de l'allotissement. Il n'existe pas aujourd'hui de no single buyer clause en France : l'ensemble des droits peut donc être vendu au même acquéreur. Le risque d'éviction résiderait davantage dans le scénario d'un acquéreur unique. À notre sens, il ne serait toutefois pas dans l'intérêt économique et juridique de la LFP de tout vendre à un seul opérateur. Son intérêt est en effet de maintenir une concurrence importante du côté de la demande »³⁸.
56. L'instauration d'une clause interdisant l'acquisition de la totalité des droits par un acheteur unique (« no single buyer clause ») a été mentionnée, par plusieurs opérateurs interrogés, comme un moyen de limiter le risque d'éviction consécutif à un allongement de la durée des contrats. L'Autorité relève que l'intégration, dans le processus d'appel d'offres, de l'interdiction de vendre l'ensemble des lots à un acheteur unique, notamment des lots comprenant les matchs en direct, aurait pour effet de garantir l'existence d'au moins deux offres de services incluant la diffusion de la Ligue 1 et, en cela, limiterait fortement le risque d'éviction à l'aval.
57. À cet égard, il convient toutefois de rappeler que dans son avis n° 04-A-09, le Conseil a estimé qu'il n'était pas nécessaire d'ajouter dans le décret introduisant l'article R. 333-3 « une disposition qui préjugerait du résultat final de l'appel d'offres en exigeant, par exemple, que certains lots soient attribués à au moins deux opérateurs à l'issue de cet appel »³⁹. Le Conseil ajoutait que, « en réduisant a priori l'incertitude dans laquelle se trouveraient les offreurs, elle pourrait, au contraire, les inciter à s'entendre pour se répartir préalablement les marchés et en fixer ensemble le prix »⁴⁰. L'Autorité relève également que si la clause dite de no single buyer tend à préserver la concurrence entre acheteurs, elle peut être source d'inefficience pour les diffuseurs (fragmentation de l'audience et plus grande difficulté à rentabiliser les coûts fixes, augmentation du risque de piratage, etc.) et/ou de désutilité pour le consommateur (multiplication des abonnements, perte d'information sur l'identité des diffuseurs, etc.).

2. LE RISQUE DE REPERCUSSION A L'AVAL D'UNE HAUSSE DU PRIX AMONT D'ACQUISITION DES DROITS RESULTANT D'UN ALLONGEMENT DE LA DUREE A CINQ ANS

58. Comme rappelé ci-avant, l'effet attendu du projet de décret est d'accroître les recettes tirées de la vente des droits domestiques de la Ligue 1 par le biais d'un renchérissement du prix de ces droits lié à une plus forte concurrence des acheteurs. Dans ces conditions, il convient de déterminer dans quelle mesure une telle hausse du prix des droits est susceptible d'être répercutée à l'aval, par une hausse du prix des abonnements aux offres incluant la Ligue 1, au détriment du consommateur. À ce titre l'Autorité relève à nouveau, à titre liminaire, qu'aucune étude chiffrée et circonscrite n'a été fournie à ce sujet au soutien de la présente demande d'avis.
59. Le principe même d'une telle répercussion dépend en premier lieu du modèle économique choisi par les diffuseurs, les incitations de ces derniers pouvant varier en fonction de la

³⁸ Ibid.

³⁹ Avis n° 04-A-09 du 28 mai 2004 relatif à un projet de décret sur la commercialisation par les ligues professionnelles des droits d'exploitation audiovisuelle des compétitions ou manifestations sportives, paragraphe 95.

⁴⁰ Ibid.

manière dont se structurent leurs offres d'abonnements : abonnement global incluant la Ligue 1 aux côtés d'autres contenus, sportifs ou non sportifs, abonnement spécifique donnant accès uniquement aux contenus de Ligue 1, etc.

60. Le risque de hausse de prix a été souligné par plusieurs opérateurs interrogés au cours de l'instruction. À titre d'exemple, beIN a indiqué : « *[c]ompte tenu des investissements considérables requis pour l'acquisition et l'exploitation des droits de la Ligue 1, il ne peut être exclu qu'une éventuelle hausse du prix des droits soit, du moins partiellement, répercutée au consommateur. (...) L'entrée de nouveaux acteurs sur le marché de l'acquisition de droits audiovisuels de la Ligue 1 peut entraîner une flambée des prix des droits et des abonnements, comme cela a été vu par le passé, ainsi qu'une segmentation des offres de diffusion de cette compétition sur le marché, au détriment de la satisfaction des consommateurs, et une augmentation corrélative du piratage* »⁴¹.
61. Le ministère des sports estime, en revanche, que le risque de hausse de prix à l'aval est plus fort lorsque la durée d'exclusivité est plus courte : « *[n]ous pensons que le risque de hausse de prix est plus fort lorsque la durée de l'exclusivité est plus faible. Une moindre durée d'amortissement des investissements peut inciter les opérateurs à vouloir plus rapidement rentabiliser ces investissements par le biais du prix des abonnements. L'équilibre doit être trouvé par les opérateurs entre la nécessité de capter un nombre suffisant d'abonnés tout en fixant un prix qui puisse leur permettre d'amortir leur investissement* »⁴². Par ailleurs, il a également été souligné que la répercussion, à l'aval, d'une hausse de prix de l'acquisition des droits ne serait pas mécanique et dépendrait de l'offre que l'opérateur serait susceptible de proposer au consommateur, et, *in fine*, de l'efficacité du diffuseur.
62. Sur le plan concurrentiel, les incitations des diffuseurs à augmenter le tarif des abonnements en cas de hausse du prix des droits peuvent dépendre de plusieurs paramètres. Fondamentalement, l'existence d'un risque de répercussion à l'aval d'une hausse de prix des droits de la Ligue 1 s'apprécie à l'aune de la capacité des consommateurs à substituer les offres de télévision payante incluant la Ligue 1 avec des offres n'incluant pas de Ligue 1 ainsi qu'à leur propension à ne pas cumuler une offre incluant la Ligue 1 avec une offre sans Ligue 1. L'Autorité considère toutefois qu'il n'est pas nécessaire de trancher cette question dans le cadre du présent avis, compte tenu des éléments développés ci-dessous.
63. Premièrement, l'existence, sur les marchés aval, de plusieurs offres intégrant des contenus de Ligue 1 émanant de plusieurs opérateurs est de nature à freiner de telles incitations, de par la pression concurrentielle qu'exercent ces offres l'une sur l'autre. Dans ces conditions, l'Autorité relève, à l'instar des développements relatifs aux risques d'éviction des diffuseurs (voir les paragraphes 56 et 57 du présent avis), que le mécanisme d'allotissement constitue une première limite au risque de hausse du prix des abonnements dès lors qu'il favorise l'existence de plusieurs offres alternatives à l'aval. Il en est de même, avec les réserves mentionnées ci-avant, de l'introduction éventuelle d'une « *no single buyer clause* ».
64. Deuxièmement, il convient de relever que l'allongement de la durée des contrats d'exploitation audiovisuelle de la Ligue 1 n'affecte pas en tant que telle la structure des marchés avals de la télévision payante et n'est donc pas susceptible, toutes choses égales par ailleurs, d'accroître significativement les incitations des diffuseurs à augmenter le prix de leurs abonnements par rapport à la situation actuelle.

⁴¹ Réponse de beIN au questionnaire adressé par les services d'instruction, page 10.

⁴² Compte-rendu de la réunion avec le ministère des sports du 5 avril 2023, page 5.

Conclusion

65. L'Autorité relève que les questions de concurrence soulevées par le projet de décret sont à la fois complexes et structurantes pour le secteur. À ce titre, l'Autorité regrette que les rédacteurs du projet de décret n'aient pas été en mesure de fournir d'études chiffrées et circonstanciées relatives à l'impact de la mesure proposée ou à celui de l'allongement de trois à quatre ans de la durée des contrats adopté en 2007, alors même qu'une telle étude aurait pu utilement éclairer l'analyse de l'Autorité, compte tenu des questions en grande partie similaires que soulève le présent projet de décret.
66. L'instruction menée par l'Autorité n'a pas permis de confirmer l'efficacité de la mesure au regard de son objectif, à savoir favoriser l'entrée sur le marché de nouveaux opérateurs en vue de stimuler la concurrence à l'achat et d'accroître les ressources tirées de la vente des droits d'exploitation audiovisuelle de la Ligue 1. Elle n'a, cependant, pas mis en lumière de risque déterminant d'atteinte à la structure du marché ou au bien-être du consommateur engendré par l'allongement proposé. Le projet de décret ne suscite donc pas en son principe, et avec les limites résultant du manque de données économiques fiables, de réserves majeures. L'Autorité souligne toutefois que le présent avis ne préjuge pas de l'analyse concurrentielle qui pourrait être faite dans le cadre d'un éventuel contentieux portant sur les futurs cycles de cession de droits d'exploitation audiovisuelle de la Ligue 1.
67. L'Autorité tient toutefois à souligner que l'article R. 333-3 du code du sport prévoit un dispositif encadrant de manière globale la commercialisation des droits d'exploitation audiovisuelle de la Ligue 1. Ce dispositif repose sur la combinaison d'un ensemble de dispositions (appel d'offres, allotissement, durée des contrats, etc.) visant à limiter la capacité des offreurs à abuser du pouvoir de marché dont ils disposent, tout en créant des conditions favorables à l'existence d'une concurrence du côté des acheteurs. Dans ces conditions, l'Autorité considère qu'en modifiant seulement l'une de ces dispositions, sans s'interroger plus largement sur l'impact d'une telle modification sur le fonctionnement de l'ensemble du dispositif, l'équilibre que cherche à atteindre l'article R. 333-3 peut être remis en cause.
68. Par conséquent, l'Autorité invite le Gouvernement, en vue d'atteindre les objectifs poursuivis, à engager une réflexion plus générale sur le cadre posé par l'article R. 333-3 du code du sport. S'il s'engage dans cette voie, l'Autorité devra être mise en mesure de procéder à une analyse approfondie du secteur, laquelle requerra davantage d'éléments (étude d'impact étoffée, bilan de la réglementation, données, etc.) que ceux apportés dans le cadre du présent avis.

Délibéré sur le rapport oral de M. Pierre Boyadjian et M. Benjamin Record, rapporteurs, et l'intervention de Mme Lauriane Lépine, rapporteure générale adjointe, par Mme Fabienne Siredey-Garnier, vice-présidente, présidente de séance, M. Henri Piffaut et M. Thibaud Vergé, vice-présidents.

La chargée de séance,

La présidente de séance,

Claire Villeval

Fabienne Siredey-Garnier

© Autorité de la concurrence