

Test de marché

du 31/0/2012

La société PagesJaunes SA propose des engagements dans le cadre d'une procédure ouverte devant l'Autorité de la concurrence par les sociétés NHK conseil, Agence I&MA conseils, Sudmédia conseil, OSCP, Audit Conseil Publicité Annuaire, Charcot.net, Agence Heuveline, Avycom publicité annuelle, Toocom, Ecoannuaire, Netcreative-Pages Annuaire, ci-après les « sociétés saisissantes ».

L'Autorité les publie sur son site à l'attention des tiers potentiellement intéressés

L'Autorité de la concurrence dispose de la faculté, en application du I de l'article L. 464-2 du code de commerce, d' « accepter des engagements proposés par les entreprises ou organismes de nature à mettre un terme à ses préoccupations de concurrence susceptibles de constituer des pratiques prohibées visées aux articles L. 420-1, L. 420-2 et L. 420-5 », selon les modalités fixées par l'article R. 464-2 du même code.

Historique de la procédure

Par lettre enregistrée le 10 mai 2010, sous les numéros 10/0050F et 10/0051M, les sociétés saisissantes ont saisi l'Autorité de la concurrence de pratiques mises en œuvre par la société PagesJaunes SA et ont demandé que des mesures conservatoires soient prononcées sur le fondement de l'article L. 464-1 du code de commerce.

Elles soutenaient que la société PagesJaunes SA abusait de la « position dominante qu'elle détiendrait sur le marché de l'édition d'annuaire professionnels en France tant sous forme d'imprimés que l'annuaire en ligne sur l'Internet et de la commercialisation des espaces publicitaires sur ceux-ci ».

Les différentes allégations des sociétés saisissantes à l'encontre de la société PagesJaunes SA sont reprises au §37 de la [décision n° 10-D-38](#) du 22 décembre 2010 relative à leur demande de mesures conservatoires.

Dans sa [décision n° 10-D-38](#) du 22 décembre 2010 précitée, l'Autorité de la concurrence a rejeté la demande de mesures conservatoires mais a estimé que « il n'est pas exclu à ce stade de la procédure que certaines des pratiques dont l'Autorité a été saisie puissent constituer un abus de la position dominante que la société PagesJaunes est susceptible de détenir sur les marchés de l'édition d'annuaire et de la publicité dans les annuaire. Il y a donc lieu de poursuivre l'instruction au fond en vue de déterminer l'existence, ou non, de pratiques d'abus de position dominante contraires à l'article L 420-2 du code de commerce. » (§ 100).

Les préoccupations de concurrence exprimées

Par courrier en date du 18 juillet 2012, le rapporteur a fait connaître à la société



PagesJaunes SA son évaluation préliminaire des pratiques en cause, telles qu'appréciées par les services d'instruction.

Compte tenu des éléments du dossier, le rapporteur a estimé qu'à ce stade de l'instruction, la société PagesJaunes SA était susceptible d'être en position dominante sur le marché de l'édition d'annuaires téléphoniques imprimés, sur celui de l'édition d'annuaires téléphoniques dits « on line » sur le site « pagesjaunes.fr » et sur les marchés de la vente d'espaces publicitaires dans ces annuaires.

En effet, comme cela avait déjà été mentionné lors de la procédure de mesures conservatoires – cf. §70 et §73 de la décision n° 10-D-38 - PagesJaunes est, sans conteste, l'opérateur principal sur les marchés concernés. Ceux-ci sont caractérisés notamment par une très faible pénétration ou par une quasi-absence d'annuaires concurrents tant pour les imprimés que pour le « on line » ; à ce sujet l'avis n° 10-A-29 de l'Autorité de la concurrence relatif au fonctionnement concurrentiel de la publicité en ligne avait estimé au plus à [0-10] % le chiffre d'affaires cumulé des annuaires concurrents (§ 271). PagesJaunes a réalisé un chiffre d'affaires de l'ordre de 1,1 milliards d'euros par an au cours des années 2009, 2010 et 2011 – généré à hauteur de plus de 90 % par les activités de PagesJaunes SA - et bénéficie d'un taux de rentabilité considérable, sa marge brute opérationnelle est estimée entre 470 et 485 millions pour 2012 malgré une légère érosion prévue du chiffre d'affaires (cf. chiffres publiés sur le site Internet de groupe PagesJaunes pour le premier semestre 2012). De surcroît, la société PagesJaunes SA dispose d'un maillage territorial national qui n'a pas d'équivalent : dix-neuf agences régionales, plus de mille huit cents commerciaux de terrain. Enfin, la marque « PagesJaunes » dont elle a la propriété lui assure, en tant que telle, une notoriété essentielle.

Les services d'annuaires proposés aux particuliers et aux annonceurs en ligne et sur supports imprimés apparaissent nettement distincts compte tenu des spécificités respectives de ces produits.

En outre, l'annuaire en ligne et les services qu'il propose aux annonceurs et aux particuliers ne paraissent pas substituables avec les services offerts par les moteurs de recherche, compte tenu de leur mode de tarification respectif, du nombre de mots clé pouvant être choisis sur chaque support, de l'objectif recherché par l'annonceur et des caractéristiques et du nombre de clients potentiels, différences susceptibles de conduire à la définition de deux marchés pertinents distincts. Les réponses du panel d'annonceurs interrogés dans le cadre de la présente instruction ont confirmé cette segmentation : sur quatre-vingt-quatorze annonceurs répondants, les deux tiers ont fait état du caractère spécifique de l'annuaire « pagesjaunes » dans sa version imprimée comme dans sa version en ligne et le caractère « incontournable » des supports « pagesjaunes » a été fréquemment cité.

Les préoccupations de l'Autorité de la concurrence sont alors suivantes :

1°) Concernant l'accès aux statistiques d'audience des annonces sur « pagesjaunes.fr »

A ce stade de l'instruction, concernant l'accès aux statistiques de consultation des annonces par rubrique et par localité et département, le refus d'accès opposé par PagesJaunes aux agences de publicité demeure susceptible de constituer un abus de position dominante.



La décision de mesures conservatoires n° 10-D-38 précitée, avait déjà notamment indiqué « qu'il n'est pas exclu que l'égalité d'accès à ces statistiques par les forces commerciales de PagesJaunes et par les agences indépendantes soit déterminante pour que puisse subsister une concurrence par les mérites entre ces opérateurs. Ainsi que l'a rappelé l'Autorité de la concurrence dans son rapport d'activité pour 2009, « le refus de transmettre à des concurrents actuels ou potentiels sur un marché connexe des informations indispensables à leur activité économique peut constituer un abus de position dominante. (...) Il n'est donc pas exclu que ce faisant, les forces commerciales de la société PagesJaunes bénéficient, de façon exclusive, d'informations indispensables à leurs concurrents. »

De fait l'instruction a confirmé qu'un certain nombre d'annonceurs n'étaient pas indifférents à la détention de ces statistiques par les commerciaux de PagesJaunes, qui ont pu, grâce à cela, capter plusieurs clients des agences de publicité.

2°) Concernant les dénigrements à l'encontre des agences de publicité du fait des forces commerciales de PagesJaunes SA

Les réponses apportées par plusieurs des annonceurs du panel interrogés par le service d'instruction ont confirmé l'existence de comportements, de la part de la force de vente de PagesJaunes SA, susceptibles d'être assimilés à du dénigrement.

A ce stade de l'instruction, il n'est donc pas exclu qu'une telle pratique participe d'un abus de la position dominante que la société PagesJaunes SA est susceptible de détenir sur les marchés concernés.

3°) Concernant certaines discriminations dont peuvent être victimes les agences de publicité du fait des comportements des forces commerciales de PagesJaunes SA

Dans la décision n° 10-D-38 de mesures conservatoires précitée, l'Autorité de la concurrence avait jugé qu'« au vu de la position dominante détenue par la société PagesJaunes sur les marchés de l'édition d'annuaires et sur les différents marchés de la publicité dans les annuaires, de la relation de concurrence existant entre la société PagesJaunes d'une part, et les agences de publicité indépendantes d'autre part, il ne peut être exclu que la pratique consistant, pour la société PagesJaunes, à s'affranchir des règles de parution qu'elle a elle-même édictées, et dont elle exigerait un strict respect de la part des annonceurs clients des agences de publicité, soit de nature discriminatoire » (§ 80).

Les réponses des annonceurs au questionnaire des services d'instruction témoignent également de comportements discriminatoires émanant de la force de vente de PagesJaunes lors de démarchages auprès des annonceurs pour commercialiser des espaces publicitaires et des encarts publicitaires dans les annuaires « pagesjaunes ».

Conclusion

Ces différents comportements suscitent des préoccupations de concurrence et pourraient, au terme d'une procédure contradictoire, être qualifiés de pratiques anticoncurrentielles au regard des dispositions de l'article L. 420-2 du Code de commerce.



La société PagesJaunes SA disposait d'un délai d'un mois à compter de la réception de l'évaluation préliminaire de concurrence, pour proposer des engagements répondant de manière pertinente, crédible et vérifiable aux préoccupations de concurrence exprimées.

Les engagements proposés par PagesJaunes SA

La société PagesJaunes SA a soumis le 27 juillet 2012 à l'Autorité de la concurrence des propositions d'engagements visant à lever les préoccupations de concurrence décrites par le rapporteur.

Elle propose de mettre en œuvre les engagements suivants :

Engagement n° 1 : Accès aux statistiques de consultation des annonces sur « PagesJaunes.fr »

La société PagesJaunes SA s'engage à donner accès aux agences de publicité qui le souhaiteront, aux données statistiques de consultation des annonces publicitaires figurant sur le site « pagesjaunes.fr », correspondant à des estimations moyennes mensuelles d'audience par activité et par localité calculées trimestriellement, identiques à celles auxquelles auront accès les commerciaux de sa force de vente, dans le cadre d'un nouvel outil informatique de requêtage, accessible à partir du début de l'année 2013.

Les modalités de mise à disposition de ces données statistiques aux agences de publicité seront l'objet d'un contrat de licence annuel reconductible tacitement. Elles prévoient une participation des agences utilisatrices au coût incrémental résultant de l'élaboration de ce nouvel outil statistique et de la mise en place d'un service de « hot line » dédié, selon une grille de prix progressive prenant en compte le nombre de clients en portefeuille des agences.

PagesJaunes SA s'engage dans l'attente de la mise en place effective de ce nouvel outil statistique - début 2013 - à mettre gratuitement à disposition des agences de publicité qui le souhaiteront, sur l'extranet qui leur est dédié, une version simplifiée de l'outil statistique qu'elle a créé pour ses propres commerciaux et qui comprendra les données de consultation moyennes mensuelles des 100 activités les plus importantes en termes de chiffres d'affaires sur l'annuaire « pagesjaunes ».

Engagement n° 2 : Mise à disposition des agences de publicité du logiciel de calcul « sésame »

PagesJaunes SA s'engage à mettre à disposition à titre gratuit le logiciel dénommé « sésame » de calcul des prix de parution des annonces sur les supports « pagesjaunes » pendant toute la durée des engagements, à partir de l'édition 2013. Cet engagement est destiné à pallier les difficultés rencontrées par les agences de publicité liées à la complexification des nouveaux tarifs de PagesJaunes SA.

Engagement n° 3 : Mise en place d'un plan de communication externe spécifique

La société PagesJaunes SA s'engage à faire connaître au public - en particulier aux annonceurs - l'existence et le rôle des agences de publicité en spécifiant expressément d'une part, que les tarifs des insertions publicitaires dans les supports « pagesjaunes » sont identiques que les commandes aient été passées par le biais d'une agence de publicité ou directement auprès de PagesJaunes et d'autre part, que leurs commandes



auprès d'elles sont traitées par PagesJaunes exactement dans les mêmes conditions que celles passées auprès des commerciaux de sa force de vente.

A cet effet, des messages d'information clairement identifiables et d'une lisibilité aisée seront insérés dans tous les supports de communication de PagesJaunes : annuaires imprimés, page d'accueil de l'annuaire « pagesjaunes.fr », extranet business center dédié aux annonceurs et accessible aux agences de publicité, conditions générales de prestation de service de PagesJaunes figurant au verso de tous ses bons de commande.

Engagement n° 4 : Mise en œuvre d'un programme de conformité au droit de la concurrence

Ce programme est destiné à répondre à la préoccupation de concurrence liée aux démarchages de certains commerciaux de la société PagesJaunes, qui utilisaient des arguments dénigrants à l'encontre de leurs concurrents agences de publicité indépendantes.

Il prévoit :

- la diffusion d'un livret de concurrence annexé au règlement intérieur présentant notamment l'ensemble des règles de concurrence applicables au secteur ainsi que la jurisprudence relative au dénigrement ;
- l'organisation d'une formation annuelle obligatoire aux règles de concurrence à destination, notamment des commerciaux de terrain et des télévendeurs de PagesJaunes, comprenant en particulier la question du dénigrement ;
- la mise en place d'une « cellule de conformité interne » au sein de la société PagesJaunes qui serait gérée par le directeur juridique de PagesJaunes chargée en particulier de recueillir toute alerte ou plainte au sujet du comportement de commerciaux et d'instruire ces plaintes ;
- PagesJaunes SA s'engage également à mettre en place une « cellule de conformité et d'alerte externe » à destination spécifiquement des agences de publicité afin de répondre à leurs préoccupations et de recueillir leurs plaintes éventuelles sur les comportements des commerciaux. Cette cellule serait prise en charge par le responsable du service agences de PagesJaunes.
- l'instauration de sanctions disciplinaires à l'encontre des collaborateurs qui violeraient sciemment les règles de concurrence ;
- l'implication de la direction générale de la société pour la mise en place et le suivi de ces dispositifs.

Engagement n° 5 : Respect des instructions de vente

Cet engagement vise à faire cesser les discriminations relatives au respect des règles de parution appelées « instructions de vente » au sein de la société PagesJaunes SA par ses différents commerciaux salariés qui peuvent être exercées à l'encontre des agences de publicité.

La société PagesJaunes SA propose ainsi de renforcer le dispositif de contrôle existant sur les rubriques dites à risques qui se voient appliquer des instructions de vente particulières, plus restrictives. Elle indique que vingt-trois rubriques sont concernées comme rubriques à risques et que dix d'entre elles sont classées en risques spécifiques et que pour ces dernières elle a déjà mis en place des contrôles a priori de la conformité des commandes d'un montant supérieur à 2000 euros aux instructions de vente relatives aux adresses, ceci dans un certain nombre de départements ; elle indique également



qu'outre les dix rubriques à risques spécifiques, les trois rubriques du secteur du déménagement sont également soumises au dispositif de contrôle a priori des commandes.

Pour ce faire, la société PagesJaunes SA indique ainsi la consistance de l'engagement n°5 :

- une circulaire générale rappelant les instructions de vente applicables aux rubriques dites à risque serait adressée à l'ensemble de ses commerciaux dans la semaine suivant la décision de l'Autorité de la concurrence ;
- la société s'engage à pérenniser et à rendre obligatoire le système de contrôle systématique préalable à la validation par la cellule Master Senior Qualité (MSQ) ;
- la société s'engage à renforcer le dispositif existant et elle instaurerait un contrôle aléatoire des commandes qui porterait sur toutes les commandes réalisées dans des rubriques à risque et/ou des départements qui ne font pas l'objet d'un contrôle a priori : les modalités de ces nouveaux contrôles sont précisées dans le corps de l'engagement.

Selon PagesJaunes SA, ces contrôles représenteraient un peu plus de 10 % du total des commandes passées par les commerciaux sur les activités à risques ; elle précise que le total des contrôles sur les commandes concernant des rubriques à risque - en ajoutant le nombre des commandes déjà soumises à des contrôles préalables systématiques - serait ainsi porté à environ 12,5 % des commandes à risques prises par les commerciaux de PagesJaunes.

La société PagesJaunes SA propose une durée de 3 ans pour l'ensemble des engagements présentés.

Elle propose également d'adresser chaque année un rapport sur la mise en œuvre des engagements à l'Autorité de la concurrence.

Le contenu détaillé de la proposition d'engagements - ainsi que ses pièces annexes - est accessible à la fin du présent test de marché.

Suite de la procédure

Si les engagements proposés par la SNCF, éventuellement complétés et amendés, sont de nature à répondre aux préoccupations de concurrence exprimées dans le cadre de la procédure, l'Autorité de la concurrence constatant qu'il n'y a plus de raison d'agir, procédera à la clôture de l'affaire, en prenant acte des engagements qui prendront alors un caractère obligatoire.

Les tiers intéressés sont invités à présenter leurs observations sur cette proposition d'engagements en faisant référence au numéro de dossier 10/0052F, au plus tard le 14 septembre 2012 (17 heures), à l'adresse suivante ::

Bureau de la Procédure
Autorité de la concurrence
Affaire n°13/0025 F
11 rue de l'Echelle
75001 Paris

[> Consulter les propositions d'engagements de la société PagesJaunes SA](#)

[> Consulter les annexes aux propositions d'engagements](#)