

**Avis n° 06-0528**  
**de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes**  
**en date du 23 mai 2006**  
**relatif à une demande d'observations du rapporteur général**  
**du Conseil de la concurrence portant sur les concentrations constituées**  
**par l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés TPS et Canal Satellite**  
**par Vivendi Universal dans le secteur de la télévision payante**

L'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes,

Vu la directive 89/552/CEE du Conseil visant à la coordination de certaines dispositions législatives, réglementaires et administratives des Etats membres relatives à l'exercice d'activités de radiodiffusion télévisuelle, adoptée le 3 octobre 1989 et modifiée le 30 juin 1997 par la directive 97/36/CE du Parlement européen et du Conseil,

Vu la loi n°86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée relative à la liberté de communication,

Vu le code des postes et des communications électroniques, notamment l'article L. 32-1,

Vu le code de commerce, notamment les articles L. 430-1 à L. 430-10,

Vu le décret n° 2001-1332 du 28 décembre 2001 modifié pris pour l'application des articles 27, 28 et 71 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 et relatif à la contribution des éditeurs de services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre en mode analogique dont le financement fait appel à une rémunération de la part des usagers au développement de la production d'oeuvres cinématographiques et audiovisuelles,

Vu le décret n° 2002-689 du 30 avril 2002 fixant les conditions d'application du Livre IV du code de commerce relatif à la liberté des prix et de la concurrence, et notamment son article 35,

Vu l'avis n° 04-72 de l'Autorité en date du 15 janvier 2004 relatif aux demandes d'avis du Conseil de la concurrence portant sur les demandes de mesures conservatoires présentées par les sociétés Iliad et Free d'une part, et LDCOM et 9 Télécom d'autre part, relatives à des pratiques qui concernent le secteur de la télévision sur ADSL,

Vu l'avis n° 05-0281 de l'Autorité en date du 28 juillet 2005 portant sur la définition du marché des offres de gros d'accès large bande livrées au niveau national, sur la désignation d'un opérateur exerçant une influence significative sur ce marché et sur les obligations qui lui sont imposées,

Vu la convention du 29 mai 2000 modifiée conclue entre le Conseil supérieur de l'audiovisuel et la société Canal+,

Vu la saisine du Conseil de la concurrence par le Ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie relative à l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés TPS et Canal Satellite par Vivendi Universal dans le secteur de la télévision payante, reçue le 14 avril 2006 et référencée 06/0034 A,

Vu la demande d'observations du rapporteur général du Conseil de la concurrence en date du 26 avril 2006 portant sur l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés TPS et Canal Satellite par Vivendi Universal dans le secteur de la télévision payante,

Après en avoir délibéré le 23 mai 2006,

## **I. Introduction**

### ***1. Cadre juridique***

Les actionnaires de Canal Satellite et de TPS, dénommés « les Parties » dans la suite du présent avis, ont décidé de rapprocher ces deux entités en les plaçant sous le contrôle exclusif de Vivendi Universal, par l'intermédiaire du Groupe Canal+ dont Vivendi Universal est actionnaire à 100 %. L'entité issue de ces opérations de concentration sera appelée Canal+ France dans la suite du présent avis.

Les opérations de concentration ont été notifiées le 17 mars 2006 auprès du ministre de l'Economie, des Finances et de l'Industrie. Conformément aux dispositions de l'article L. 430-5 du code de commerce, le ministre a saisi pour avis le Conseil de la concurrence le 14 avril 2006.

Dans ce cadre, conformément aux dispositions de l'article L. 430-6 du code de commerce, le Conseil de la concurrence :

- examine si les opérations de concentration qui lui sont notifiées sont « *de nature à porter atteinte à la concurrence, notamment par création ou renforcement d'une position dominante [...]* » ;
- apprécie « *si l'opération apporte au progrès économique une contribution suffisante pour compenser les atteintes à la concurrence [et] tient compte de la compétitivité des entreprises en cause au regard de la concurrence internationale et de la création ou du maintien de l'emploi* ».

Par suite, sur le fondement de l'article 35 du décret n° 2002-689 du 30 avril 2002 susvisé, le Conseil de la concurrence a saisi l'Autorité le 26 avril 2006 afin qu'elle lui transmette ses observations en ce qui concerne les présentes opérations de concentrations.

### ***2. Périmètre du présent avis***

Les marchés de l'audiovisuel et ceux des communications électroniques ne sont pas sans lien, dans la mesure où :

- les opérateurs de communications électroniques diffusent et, dans un certain nombre de cas, distribuent sur des réseaux filaires (c'est-à-dire les réseaux DSL, câble et à terme en fibre optique), mobiles, hertziens terrestres ou satellites, des contenus audiovisuels ;
- les Parties présentent largement les opérations de concentration objets du présent avis comme une réponse à la menace que constituerait l'arrivée d'opérateurs de communications électroniques sur leur cœur de métier ;
- la nouvelle entité serait sous le contrôle exclusif du groupe Vivendi Universal, qui détient une part majoritaire de l'opérateur mobile SFR et, par son intermédiaire, une part significative de l'opérateur filaire Neuf Cegetel.

L'Autorité s'attachera dans un premier temps à décrire le fonctionnement des plates-formes de diffusion audiovisuelle (partie II) puis à analyser la capacité des opérateurs de communications électroniques à remettre en cause la position prééminente de Canal+ France (partie III).

Dans un second temps, le présent avis exposera les risques que fait peser la création d'un acteur prééminent de la télévision payante sur le secteur des communications électroniques :

- risque de distorsion de concurrence entre les opérateurs de communications électroniques filaires et mobiles et risque d'interdiction d'entrée et de diversification de ces opérateurs dans la distribution audiovisuelle (partie IV) ;
- risque de frein à l'innovation technologique et au développement de services de diffusion audiovisuels non linéaires, de type vidéo à la demande, notée « VoD » dans la suite du présent avis (partie V).

En conclusion, l'Autorité suggère certains engagements que la nouvelle entité pourrait être amenée à prendre afin de limiter les risques de distorsion ou de concurrence déloyale vis-à-vis des opérateurs de communications électroniques.

### **3. Définitions**

Les métiers allant de la production de contenu jusqu'à leur réception par les clients finaux seront définis dans le présent avis de la manière suivante :

- production de contenu : par exemple les « majors » américaines telles MGM, Warner ou Fox, les ligues de football et notamment la Ligue de Football Professionnelle (LFP), les sociétés de production comme Endémol ou Réservoir Prod, les producteurs et coproducteurs de films européens ou français ;
- édition de chaîne : par exemple TF1, TPS Star, Canal+, Paris Première ou LCI ; l'activité d'édition de chaîne suppose dans la grande majorité des cas l'achat de contenus ;
- distribution audiovisuelle, c'est à dire la vente à l'unité ou, le plus souvent, agrégée de chaînes dénommée « bouquet » dans la suite du présent avis : Canal Satellite, TPS ou Numéricable, par exemple ; l'activité de distribution audiovisuelle suppose la reprise de chaînes et la gestion du

plan de numérotation du bouquet ; le distributeur a un lien contractuel avec le client final ;

- diffusion : par exemple Numéricâble, Free, TDF ou Eutelsat ; la fonction de diffusion est purement technique et n'induit pas de relation contractuelle avec le client final.

Les marchés concernés par le présent avis sont :

- le marché de l'acquisition de droits, lieu où se rencontrent la demande des éditeurs de chaînes, gratuites ou payantes, généralistes ou thématiques, pour acquérir des programmes, et l'offre des détenteurs de droits ;
- le marché de la commercialisation de chaînes, lieu où se rencontrent l'offre des éditeurs de chaînes et la demande des distributeurs qui souhaitent constituer leurs bouquets ;
- le marché de la distribution audiovisuelle, lieu où se rencontrent l'offre des distributeurs de bouquets et la demande des consommateurs finaux ;
- le marché de la diffusion, lieu où se rencontrent la demande des distributeurs de bouquets et l'offre des opérateurs de communications électroniques susceptibles d'acheminer le signal jusqu'aux clients finaux.

Le terme de « service linéaire » désigne les modes de diffusion synchrones qui permettent au même contenu d'être distribué à tous les abonnés au même moment. L'expression renvoie essentiellement aux services de télévision et de radio tels qu'ils sont définis à l'article 2 de la loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 modifiée.

Le terme de « service non linéaire » identifie les services, de type VoD, où le client final choisit le moment de la diffusion, le contenu lui étant adressé indépendamment des autres clients finaux.

## II. Les plates-formes de diffusion audiovisuelle

### 1. Introduction

Le tableau ci-dessous présente, en grande masse, les principales plates-formes et les principaux acteurs de diffusion et de distribution de services linéaires.

Plates-formes	Couverture de la population	Nombre d'abonnés (en millions)	Distributeurs	Diffuseurs
Hertzien terrestre analogique	99%	[...]	Canal+	TDF, Emettel, Canal+ (autodiffusion partielle)
Hertzien terrestre numérique (TNT)	58,50%	[...]	Canal+, Canal Satellite, TPS...	TDF, Towercast, Antalis TV, Canal+ (autodiffusion partielle)
Satellite	100%	[...]	Canal+, Canal Satellite, TPS...	Eutelsat, SES Astra
Câble	40%	[...]	Canal+, Numéricâble, UPC Broadband France	Numéricâble, UPC Broadband France
ADSL	40%	[...]	- Canal+, Canal Satellite, TPS - France Télécom, Free, Neuf Cegetel, Telecom Italia France	France Télécom, Free, Neuf Cegetel, Telecom Italia France
Mobiles	98%	[...]	SFR, Bouygues Télécom, Orange...	SFR, Bouygues Télécom, Orange

En flux, les distributions de contenus audiovisuels sur les réseaux mobiles et DSL sont les deux segments les plus dynamiques. Sur les réseaux DSL, l'accroissement du nombre d'abonnés à des offres de télévision payante est en partie liée à l'intensité concurrentielle entre France Télécom et les opérateurs dégroupés.

Les opérateurs ont cherché à diversifier et à renforcer l'attractivité de leurs offres d'accès à Internet en y incluant des forfaits de téléphonie, souvent illimités, et plus récemment l'accès à des contenus audiovisuels. France Télécom, Free, Neuf Cegetel et Telecom Italia France distribuent ainsi leurs propres bouquets de chaînes et permettent à leurs abonnés de souscrire à un abonnement à Canal Satellite ou TPS. T-Online France et AOL devraient prochainement lancer leurs bouquets.

## **2. L'ADSL**

### La multiplication des offres depuis décembre 2003

A titre liminaire, l'Autorité rappelle qu'elle a eu l'occasion de décrire la chaîne de valeur, ainsi que l'architecture technique des services d'accès large bande par ADSL dans ses avis n° 04-72 et n° 05-0281 susvisés.

Les premières offres de télévision par ADSL ont été commercialisées par Free et France Télécom en décembre 2003.

Depuis cette date, Free commercialise pour 29,99 euros une offre « triple play » comprenant, outre l'accès à Internet et la téléphonie illimitée, l'accès à un bouquet de chaînes qu'il constitue et distribue. Si elle a été enrichie depuis son lancement, l'offre de Free est toujours construite sur le même modèle.

France Télécom a d'abord commercialisé le seul accès à des services de télévision et de VoD à travers son offre « MaLigne TV », permettant d'accéder aux bouquets partenaires TPS, Canal Satellite et Canal+, avant de proposer son propre bouquet de chaînes en février 2006.

Neuf Cegetel (anciennement dénommé 9 Télécom) et Telecom Italia France ont respectivement lancé leur propre bouquet de chaînes en novembre 2004 et novembre 2005.

L'ensemble de ces opérateurs commercialise leur propre bouquet de chaînes, inclus ou non dans le tarif de leurs offres d'accès à Internet haut débit. Ainsi par exemple, contrairement à Free qui commercialise ses offres « double ou triple play » à un tarif unique, Neuf Cegetel établit une tarification différente pour chaque type d'offres. Par ailleurs, ces opérateurs proposent tous à leurs clients d'accéder à un ou plusieurs bouquets de télévision payante distribué(s) directement par les Parties, ainsi que des options payantes de chaînes ou « packages » à la carte, qu'ils distribuent directement.

Plusieurs opérateurs (France Télécom, Free) proposent à leurs clients d'accéder à des services de VoD. Pour construire leurs offres, ils acquièrent des droits directement auprès de leurs détenteurs ou indirectement auprès de plates-formes de VoD préexistantes, de type « CanalPlay ». Ces offres remportent un succès grandissant. En mars 2006, soit seulement trois mois après le lancement de son offre de VoD, Free recensait 350 000 achats à l'acte sur sa plate-forme.

## Spécificités de la technologie ADSL

L'Autorité renvoie à son avis n° 04-72 susvisé pour les développements dédiés à l'architecture technique des services de télévision par ADSL.

Sur le plan économique, le développement d'offres « multiple play » par ADSL est facilité par une économie de coûts fixes. Ainsi que rappelé dans l'avis n° 04-72, « *le fait de faire passer plusieurs services sur la même bande passante permet à l'opérateur qui l'exploite de se développer avec des coûts marginaux faibles. En effet, les investissements consentis par un opérateur dégroupé pour fournir, outre un service d'accès à Internet, des services à valeur ajoutée, sont plus faibles une fois réalisés les investissements relatifs à l'accès. Par exemple, un opérateur dégroupé souhaitant proposer, en plus de l'offre d'accès à Internet qu'il livre aux fournisseurs d'accès à Internet, une offre d'accès télévisuel par ADSL à ses clients, devra installer dans les salles de dégroupage situés dans les répartiteurs de France Télécom des DSLAM adaptés à la fourniture d'un service d'accès télévisuel ou bien adapter les DSLAM restreints à la seule fourniture d'accès Internet qu'il a déjà installés. Il aura par ailleurs à réserver la capacité suffisante de transport sur son réseau pour les flux télévisuels.*

*Les DSLAM vidéo sont susceptibles de supporter simultanément des accès Internet et télévisuels pour un coût proche des DSLAM ne supportant que les flux Internet. La réservation d'une capacité suffisante sur le réseau de transport peut nécessiter une augmentation de capacité des équipements actifs de routage ou de transmission, mais n'implique pas de coûts de génie civil supplémentaire, ceux-ci représentant presque 80 % du coût des réseaux. L'opérateur n'aura en outre pas besoin de payer une nouvelle fois la mise à disposition des fréquences hautes de la paire de cuivre. »*

La technologie ADSL offre en outre une voie de retour, ce que ne permettent à ce stade ni le satellite ni l'hertzien. Le transport de flux ascendants permet aux opérateurs d'envisager de proposer à leurs clients des services interactifs ou encore des services non linéaires comme la VoD.

Par ailleurs, les barrières à la souscription d'offres de télévision par ADSL sont relativement peu élevées dès lors qu'un client dispose déjà d'un accès à Internet haut débit, voire de la téléphonie illimitée par ADSL. En effet, lorsque l'accès ADSL est construit, il est relativement aisé pour le client de souscrire à un service additionnel de télévision par ADSL : l'installation, plus simple, ne nécessite pas d'intervention extérieure ; un seul opérateur gère les différents services, ce qui implique un unique service après-vente, une réduction du nombre de factures et la possibilité d'avoir un seul équipement de réception (« box »).

La situation fortement concurrentielle du marché de l'Internet haut débit favorise l'innovation par les opérateurs sur le marché du haut débit et, du fait du succès croissant des offres « multiple play », sur le marché de la distribution audiovisuelle.

L'Autorité constate en effet que la plupart des innovations récentes en termes de distribution audiovisuelle sont apparues ou se sont développées principalement sur les offres de télévision par ADSL. Ainsi, Free propose depuis décembre 2005 un service de réception « multiposte » permettant de visionner les chaînes de son propre bouquet sur un écran d'ordinateur et non nécessairement sur un téléviseur.

En outre, plusieurs opérateurs (Free, Neuf Cegetel...) ont mis en place des outils extrêmement précis de mesure d'audience pour chacune des chaînes distribuées dans leur bouquet. Ceci est particulièrement important pour les chaînes thématiques, dans la mesure où cela leur permet de connaître et de mettre en avant leur audience réelle auprès des annonceurs publicitaires et de leurs distributeurs pour négocier la rémunération perçue.

Ainsi, la télévision sur ADSL présente de nombreux atouts qui lui permettent d'intensifier la concurrence entre les différents supports de distribution audiovisuelle et d'augmenter les choix offerts aux consommateurs.

### Situation actuelle et perspectives de développement

A l'heure actuelle, la couverture de la télévision par ADSL est similaire à celle du dégroupage. Cependant, certains abonnés trop éloignés de leur répartiteur ne peuvent avoir accès aux offres de télévision du fait de débits insuffisants. Il est usuellement admis que l'éligibilité à une offre de télévision par ADSL nécessite un débit minimal de l'ordre de 5 Mbit/s, ce qui correspond généralement à des abonnés situés à moins de 2500 mètres du répartiteur. L'Autorité estime qu'à ce jour, les offres de télévision par ADSL sont accessibles à un peu plus de 40 % de la population. D'ici fin 2007, l'extension du dégroupage, l'apparition probable de services de télévision par ADSL à partir des accès large bande livrés au niveau régional (offres « Bitstream » de France Télécom), ainsi que l'équipement par France Télécom de la totalité de ses répartiteurs en DSL devrait permettre d'atteindre une couverture de plus de 65 % de la population.

Le nombre d'accès à la télévision par ADSL ne cesse de croître. De quelques milliers de lignes en 2004, on dénombre aujourd'hui près de [...] abonnés à des offres de télévision payante proposées par les Parties. En flux, l'ADSL a représenté en 2005 [...] des recrutements bruts d'abonnés à Canal Satellite et à Canal+ et près de [...] % des recrutements nets à Canal Satellite. Par ailleurs, [...] des abonnés à Canal+ analogique migrant vers l'offre numérique « Canal+ Le Bouquet » le font via l'ADSL. Le rôle majeur de l'ADSL sur le gain de nouveaux abonnés à la télévision payante est encore accentué dans le cas de TPS qui enregistre un gain de [...] abonnés en ADSL en 2005 contre une perte de [...] abonnés en satellite. Cette progression du nombre d'accès résulte notamment du dynamisme du marché de l'Internet haut débit par ADSL, qui compte 8,9 millions d'abonnés au 31 décembre 2005 grâce à une croissance de 44,1 % en 2005. Ceci profite mécaniquement, via le développement des offres « multiple play », à la télévision par ADSL. Aujourd'hui, quatre principaux opérateurs proposent des services de télévision et deux autres acteurs devraient se lancer dans le courant de l'année 2006.

Par ailleurs, si la technologie ADSL offre dès à présent des débits permettant la diffusion audiovisuelle, le développement de l'ADSL 2+, l'arrivée du VDSL et le déploiement de la fibre permettront d'accroître l'éligibilité des lignes à la télévision, d'accompagner le développement de la télévision haute définition sur ces réseaux ou encore de généraliser la réception multiposte dans les foyers.

Enfin, la qualité de service proposée aux consommateurs est en constante amélioration depuis le lancement des premières offres de télévision par ADSL. En particulier, sur le plan technique, outre l'augmentation des débits, les opérateurs développent des solutions efficaces aux problèmes de qualité d'image (phénomènes de « freeze ») pouvant notamment résulter d'interférences dans les fréquences hautes utilisées en technologie ADSL 2+ (augmentation

du « buffer » dans le DSLAM, possibilité accordée au client final de configurer manuellement sa connexion pour recevoir les services de télévision avec une qualité optimale...).

Sur le plan commercial, lorsque le client souscrit à une offre « multiple play » comprenant la télévision, l'unicité de l'opérateur permet d'identifier et donc de régler plus facilement les éventuels problèmes qu'il rencontre dans l'installation du matériel et l'utilisation du service. Elle permet également de réduire les coûts de changement d'opérateur en simplifiant la procédure de résiliation par exemple.

Ainsi, les perspectives de développement des services de télévision et des services non linéaires par ADSL exposées ci-avant permettent de penser que cette plate-forme a vocation à devenir le principal vecteur de croissance de la télévision payante.

### *3. Le câble*

#### Une mutation progressive depuis le Plan Câble

Le déploiement du câble en France résulte de l'adoption du Plan Câble au début des années 1980, sous l'égide de la Direction Générale des Télécommunications du Ministère des PTT.

Plusieurs éléments ont contribué historiquement à freiner l'essor de ce vecteur de diffusion, destiné principalement aux services de télévision : le lancement du Plan Câble a notamment coïncidé avec la création de Canal+, première chaîne hertzienne payante, puis avec la diffusion des cinquième et sixième chaînes hertziennes, qui ont limité l'appétence du public pour une offre de télévision payante.

A partir de 1996, l'apparition des bouquets Canal Satellite et TPS, détenus par des acteurs majeurs de l'audiovisuel, a progressivement fait du satellite le vecteur de diffusion principal pour les offres de télévision payante multi-chaînes.

Plus précisément, le nombre d'abonnés à la télévision payante par satellite et par câble a augmenté respectivement de [...] % et [...] % par an entre 1997 et 2001. De 2001 à 2003, cette croissance s'est élevée respectivement à [...] % et [...] % par an. Depuis 2004, le câble reste stable alors que le satellite affiche encore une croissance modérée de [...] % par an.

A partir du début des années 2000, le développement des premières offres d'accès à Internet haut débit s'est traduit par un essor important de l'ADSL, mais de moindre ampleur sur le câble.

Après une période de relative stabilité, le câble est entré depuis quelques années dans une période d'importantes mutations, notamment du fait du développement des offres « triple play » incluant des services de téléphonie en voix sur large bande depuis mai 2005 et d'importantes opérations de concentration.

En décembre 2004, le fonds d'investissement britannique Cinven, associé à Altice, câblo-opérateur luxembourgeois, dans la holding Ypso, a racheté les actifs de France Télécom et de Canal+ (NC Numéricâble) dans le câble. Par ailleurs, UPC Broadband France, filiale du câblo-opérateur américain Liberty Global (groupe Liberty Media) qui commercialise ses offres sous les marques UPC et Noos, est lui-même issu du rachat, en juillet 2004, du réseau de Noos (groupe Suez) par Liberty Global.

Ce processus se poursuit actuellement avec la concentration annoncée des deux principaux câblo-opérateurs actuels. Liberty Global a en effet annoncé en mars 2006 la vente de sa filiale UPC Broadband France, leader français du secteur, pour 1,51 milliard de dollars (1,25 milliard d'euros) à la holding Ypso.

### Spécificités du câble

Les réseaux câblés ont initialement été déployés par les câblo-opérateurs pour la diffusion de contenus audiovisuels. C'est pourquoi l'architecture historique du câble a été conçue pour permettre de diffuser des programmes de télévision identiques vers l'ensemble des clients. Les réseaux câblés sont généralement des réseaux hybrides composés de liens en fibre optique puis de câbles coaxiaux. Contrairement à l'ADSL où chaque abonné dispose d'une paire de cuivre dédié, le « câble » est unique et partagé par un groupe de clients.

Il en résulte que les canaux montant et descendant dédiés aux échanges Internet sont aujourd'hui partagés entre plusieurs abonnés, à l'échelle de l'immeuble ou de quelques maisons. Les câblo-opérateurs gèrent cependant l'allocation dynamique de bande passante entre les abonnés, ce qui leur permet d'offrir un accès permanent à l'Internet haut débit et des communications illimitées en voix sur large bande.

Le câble présente par ailleurs plusieurs caractéristiques communes avec la technologie ADSL, lui conférant des atouts concurrentiels similaires pour la constitution d'offres de télévision payante : il s'agit notamment de l'existence d'une voie de retour permettant le développement de services de type « Pay Per view » (PPV) ou VoD ainsi que de services interactifs, et de la possibilité pour les câblo-opérateurs de proposer des offres « multiple play ».

### Situation actuelle et perspectives

Fin 2005, le nombre d'abonnés au câble se décompose comme suit :

- [...] abonnés télévision (dont 1,5 millions d'abonnés au service antenne) ;
- [...] abonnés à Internet haut débit ;
- [...] abonnés à une offre de téléphonie.

Concernant les abonnements haut débit, les câblo-opérateurs ont connu en 2005 une croissance de leur parc de 23,3 %. Cette croissance significative reste toutefois inférieure à la croissance du nombre d'accès ADSL (+ 45,5 %). Ces chiffres s'expliquent notamment par la constitution tardive d'offres « triple play » par rapport aux offres proposées en ADSL.

Le rapprochement de Numéricâble et de UPC Broadband France, qui devrait conduire à la constitution d'un unique grand câblo-opérateur sur le marché français, pourrait toutefois insuffler une nouvelle dynamique du câble, en lui conférant un pouvoir d'investissement accru grâce à d'importants gains en termes de synergie.

UPC Noos a d'ores et déjà annoncé en mai 2005 un investissement de 100 millions d'euros sur trois ans dans l'équipement du réseau. En janvier 2006, Noos a de plus indiqué qu'il raccorderait 70 000 nouveaux foyers en région parisienne d'ici 2007. De son côté, Numéricâble a annoncé investir 200 millions d'euros sur trois ans pour le déploiement de la fibre optique nécessaire au lancement de la télévision haute définition et de la VoD.

Un tel regain d'investissements pourrait permettre l'accroissement des débits accessibles aux abonnés en rapprochant la fibre optique des clients finaux, ainsi qu'une certaine extension de la couverture des réseaux câblés (de l'ordre de 40 % de la population aujourd'hui). Progressivement, chaque câble coaxial devrait desservir un nombre de plus en plus réduit d'abonnés, se rapprochant ainsi d'une architecture avec un lien dédié par abonné comme c'est le cas aujourd'hui pour l'ADSL.

Premiers distributeurs historiques de télévision payante, les câblo-opérateurs proposent des offres matures présentant peu de problèmes spécifiques de qualité de service. La numérisation croissante du câble depuis 2005 contribue d'une part à l'amélioration constante de la qualité de service des offres proposées et des signaux reçus et d'autre part à lui redonner une forte dynamique de croissance, en lui permettant notamment d'étendre les offres « triple play » proposées depuis 2005, lui conférant ainsi une attractivité comparable à celle des offres ADSL.

### Modèles économiques et relations avec les Parties

Contrairement à l'ADSL dont les offres se sont historiquement constituées autour de l'accès à Internet, les câblo-opérateurs retirent environ les trois quarts de leurs revenus des services de télévision.

Les câblo-opérateurs sont à la fois diffuseurs et distributeurs de ces services, mais à la différence de la télévision par ADSL, les offres de télévision payante qu'ils distribuent en propre incluent les chaînes éditées par le Groupe Canal+ (à l'exception de la chaîne Canal+), TPS ou leurs actionnaires. En effet, ni Canal Satellite ni TPS ne s'auto-distribuent sur le câble.

Les principaux câblo-opérateurs distribuent donc des offres de contenus plus riches que celles disponibles en télévision sur ADSL. Ils proposent notamment des options correspondant aux chaînes cinémas éditées par le Groupe Canal+ ou TPS. Les câblo-opérateurs sont ainsi à ce stade les seuls distributeurs indépendants des Parties capables de proposer des bouquets incluant les chaînes thématiques françaises majeures. Il s'agit aujourd'hui d'un avantage concurrentiel significatif pour le câble par rapport à l'ADSL ou au satellite, supports sur lesquels les deux bouquets Canal Satellite et TPS distribuent de nombreuses chaînes en exclusivité.

Sur le marché de la distribution audiovisuelle, le câble apparaît donc comme le principal distributeur concurrent des bouquets Canal+, Canal Satellite et TPS, avec plus de [...] abonnés à une offre de télévision payante (hors service antenne).

La richesse de l'offre des câblo-opérateurs comme d'ailleurs les conditions financières d'acquisition des chaînes sont cependant fortement dépendantes des Parties. Il semble que la concurrence de ces dernières années ait permis une amélioration du partage de la valeur ajoutée au bénéfice des câblo-opérateurs. Les chaînes éditées par TPS et les actionnaires de Canal+ France (TF1, M6, Groupe Canal+, Lagardère) représentent en effet environ 75 % des chaînes diffusées par les câblo-opérateurs en nombre et environ [...] % en coûts d'achats.

Par ailleurs, la chaîne Canal+ constitue une exception à la distribution en propre par les câblo-opérateurs des chaînes éditées par les Parties. Canal+ s'auto-distribue en effet sur les réseaux câblés, comme sur l'ensemble des vecteurs de diffusion, conformément à la convention signée

par la chaîne avec le CSA, imposant sa distribution exclusive par la société Canal+ Distribution.

Historiquement, les câblo-opérateurs ont proposé dès le milieu des années 90 des services de PPV via Multivision (filiale de TPS) ou Kiosque (filiale du Groupe Canal+). L'accord d'exclusivité « Foot+ » signé par Canal+ avec France Télécom pour la diffusion en PPV des matchs de la Ligue 1, a cependant mis fin à la présence de Kiosque sur le câble.

Le câble est un vecteur de diffusion en pleine mutation. La consolidation du secteur ouvre de nombreuses perspectives d'avenir : la reprise potentielle des investissements, le développement des offres « multiple play » et la place historique des câblo-opérateurs dans la distribution audiovisuelle en font avec l'ADSL l'un des vecteurs de diffusion présentant les meilleurs atouts en termes d'innovation technologique et de richesse des offres et services proposés.

Les réseaux câblés constituent de plus la principale infrastructure de boucle locale alternative à celle de France Télécom. La préservation de l'équilibre économique actuel des câblo-opérateurs, et notamment de leurs acquis en termes de distribution audiovisuelle, sont donc indispensables pour favoriser le développement d'une concurrence par les infrastructures sur les réseaux filaires.

#### ***4. Les réseaux mobiles***

Depuis 2005, des chaînes de télévision, ainsi que de l'accès à des vidéos à l'acte et en différé sont d'ores et déjà accessibles sur les terminaux mobiles compatibles UMTS ou EDGE.

Néanmoins, les offres existantes sont onéreuses et techniquement limitées.

Les opérateurs proposent en effet aujourd'hui plusieurs modes de facturation :

- le paiement d'une option chaque mois pour l'accès aux services ;
- un paiement à la carte, au méga-octet ou à la durée, des chaînes ou vidéos visionnées par le client final ;
- un abonnement aux bouquets distribués par le Groupe Canal+ ou par TPS, auquel s'ajoute une facturation de la consommation au méga-octet ou à la durée.

Les services de télévision diffusés actuellement par le réseau haut débit mobile le sont en mode « point à point » par opposition au mode « point - multipoint » dit « broadcast », correspondant à la diffusion en masse et utilisé pour la diffusion télévisuelle classique sur le réseau hertzien.

L'abonné ne peut accéder aujourd'hui aux services de télévision que par la réception d'un flux constant (ou « streaming »). Cette méthode se révèle fortement consommatrice de bande passante et ne permet pas à un grand nombre d'utilisateurs de se connecter simultanément.

Orange a annoncé mi 2005 que la télévision en direct constituait le service le plus utilisé par ses abonnés haut débit mobile. Conscient du potentiel de ce service et des limitations techniques actuelles, les constructeurs de terminaux, les diffuseurs de contenus et les opérateurs mobiles ont entrepris plusieurs expérimentations de diffusion de télévision sur

mobiles permettant de recourir aux réseaux hertziens pour la diffusion de programmes sur les mobiles, en mode « broadcast ».

Entre les mois de septembre 2005 et juin 2006, quatre expérimentations se seront déroulées en région parisienne, après l'attribution temporaire de fréquences par le CSA.

Ces expérimentations se fondent sur deux technologies concurrentes : le DVB-H (« Digital Video Broadcasting-Handheld ») et le T-DMB (« Terrestrial Digital Multimedia Broadcasting »). Le DVB-H est une déclinaison directe du DVB-T standard utilisé actuellement pour la TNT et semble être aujourd'hui le standard privilégié en Europe, au regard des expérimentations conduites en Finlande, en Allemagne, en Grande-Bretagne et en France.

Sans présager de la technologie retenue, les offres de télévision sur mobiles de type « broadcast » devraient être accessibles au grand public dès l'année 2007. Sur ce marché émergent, la répartition des rôles entre opérateurs mobiles et fournisseurs de contenus constituera un enjeu majeur pour le développement de ces services.

Comme sur l'ADSL, deux modèles principaux sont envisageables :

- les opérateurs mobiles pourraient être de simples transporteurs des bouquets distribués par des fournisseurs de contenus et notamment Canal+ France, qui paraîtrait seule en mesure de proposer une offre attractive à ce stade si ce modèle était retenu ;

ou

- les opérateurs mobiles pourraient commercialiser directement des services de télévision ou de vidéos auprès du client final, soit sous forme de bouquets distribués en propre, soit sous une forme de consommation à la carte par leurs abonnés.

Dans l'un comme dans l'autre modèle, une rémunération convenable des entreprises situées aux deux extrémités de la chaîne doit être convenue afin que les investissements nécessaires soient financés (adaptation des contenus, réseaux, terminaux...).

## ***5. Le satellite***

Premier bouquet de télévision par satellite lancé en France, en analogique, en 1992, Canal Satellite proposait initialement un bouquet de moins de dix chaînes (Eurosport, Canal J, Canal Jimmy, MCM, LCI). En 1996, cette offre comptait moins de 350 000 abonnés, le câble restant le principal distributeur audiovisuel.

L'essor de la télévision par satellite a véritablement commencé en 1996 avec le lancement de trois bouquets numériques, Canal Satellite, TPS et AB Sat. Le succès a été immédiat avec plus d'un million d'abonnés à l'ensemble de ces offres dès 1997.

Canal Satellite a rapidement su tirer profit de son expérience de la télévision analogique par satellite et du savoir-faire du Groupe Canal+. Il a ainsi pris la tête du marché des offres multi-chaînes dès 1996. En outre, Canal+ a adapté son offre au numérique en proposant « Canal+ Le Bouquet » par satellite. Cette offre regroupe la chaîne Canal+ telle que diffusée en hertzien terrestre analogique et quatre de ses déclinaisons.

Le principal atout concurrentiel de TPS résidait dans son actionnariat : quatre actionnaires, dont chacun détenait 25 % du capital : TF1, M6, Suez et un groupe géré conjointement par France Télécom et France Télévisions. Par ailleurs, TPS a bénéficié dans un premier temps de l'exclusivité de la diffusion par satellite des chaînes hertziennes gratuites (TF1, France 2, France 3, la Cinquième, Arte et M6). Aujourd'hui, TF1 et M6 restent diffusées exclusivement par TPS sur le satellite.

Le troisième distributeur satellite, AB Sat, n'a pas réussi à développer une base d'abonnés assez importante et s'est recentré par la suite sur son métier d'éditeur de chaînes.

Le satellite s'impose depuis 1998 comme le premier distributeur de chaînes thématiques en numérique, devant le câble. On dénombre aujourd'hui plus de [...] abonnés à une offre de télévision payante par satellite (y compris abonnés collectifs et DOM), dont [...] pour TPS, [...] pour Canal Satellite et [...] pour « Canal+ Le Bouquet ».

Outre son faible coût de diffusion, d'un point de vue technique, le satellite permet de couvrir l'intégralité du territoire en qualité numérique et ne comporte pas de limitation significative quant au nombre de chaînes qu'il est possible de diffuser.

Le satellite présente néanmoins plusieurs inconvénients qui ont longtemps été des obstacles à son développement.

En effet, des contraintes liées à la réglementation de l'urbanisme et au fonctionnement des copropriétés rendent souvent difficile la souscription à une offre de télévision par satellite en zone urbaine. Ainsi, si la couverture potentielle de la population par le satellite est proche de 100 %, le taux de pénétration du satellite reste relativement faible : il est légèrement supérieur à 20 %, 15 % en mode payant et moins de 6 % en mode gratuit. Par ailleurs, en raison de l'absence de voie de retour permanente, l'utilisation des services interactifs par satellite nécessite de relier temporairement le terminal à la ligne téléphonique. Enfin, le satellite ne permet pas techniquement de développer des offres de type VoD qui ont vocation à terme à se substituer au PPV, plus contraignant en termes d'horaires.

L'Autorité relève enfin que la diffusion est assurée par les flottes de satellites des opérateurs Eutelsat et SES Astra qui n'exercent aucune activité de distribution. Canal + France aurait donc un monopole de fait sur la distribution audiovisuelle par satellite.

## **6. L'hertzien terrestre**

La télévision hertzienne analogique constitue le vecteur historique de la télévision en clair.

La chaîne cryptée privée Canal+, créée en 1984, s'est vue attribuée une fréquence hertzienne, moyennant des obligations en termes de quota de diffusion d'œuvres françaises et européennes et de financement du cinéma. Jusqu'en 2005, Canal+ était l'unique chaîne de télévision payante de télévision analogique terrestre en France.

Dès 1987, Canal+ comptait plus de 2 millions d'abonnés et devenait leader européen de la télévision payante au début des années 1990. Au 31 décembre 2005, Canal+ comptait près de [...] abonnés à la télévision hertzienne terrestre en mode analogique.

La télévision numérique terrestre (TNT) a été lancée, pour l'offre gratuite, le 31 mars 2005. Cette offre comprend aujourd'hui 18 chaînes. L'offre payante de TNT a été lancée à l'automne 2005. A ce stade, le nombre d'abonnés aux offres de TNT payante s'avère marginal.

La TNT devrait favoriser la migration progressive des abonnés à la chaîne Canal+ vers l'offre numérique « Canal+ Le Bouquet » qui permet de recevoir deux autres déclinaisons de la chaîne Canal+.

Pour les offres multichaînes de CanalSatellite ou de TPS, l'opportunité représentée par la TNT payante reste moins évidente :

- les offres subissent une concurrence indirecte de la TNT gratuite, qui présente également l'avantage de la qualité numérique et d'une offre élargie de chaînes thématiques ;
- le nombre de chaînes proposées dans les bouquets de TNT payante reste très limité par rapport à celui des autres plates-formes (satellite, câble, ADSL) ;
- la norme retenue pour les décodeurs de TNT payante (MPEG-4) est différente de celle retenue pour la TNT gratuite (MPEG-2). La TNT payante ne peut donc pas bénéficier du parc existant d'abonnés à la TNT gratuite, du fait de décodeurs incompatibles.

La TNT présente l'avantage de couvrir une part importante de la population française (58,5 % dès 2005 et 70 % à l'horizon 2007). La couverture hertzienne actuelle devrait par la suite être étendue et complétée par le satellite. De plus, la réception de la TNT est aisée dans la mesure où il suffit d'installer un adaptateur à la prise antenne du foyer pour recevoir l'offre gratuite.

La TNT présente toutefois plusieurs inconvénients :

- dans les zones de diffusion de la TNT, sa réception est limitée par l'absence d'antennes collectives adaptées dans certains immeubles où les chaînes de télévision hertzienne sont accessibles par le service antenne du câble ;
- elle ne présente pas de voie de retour permanente, ce qui limite le développement de services interactifs ;
- elle n'offre pas techniquement la possibilité de proposer des services de VoD ;
- elle ne permet pas à ce stade de recevoir de chaînes en haute définition, le CSA n'ayant pas encore attribué d'autorisations de ce type ;
- la rareté des fréquences limite le nombre de chaînes pouvant être diffusées sur cette plate-forme.

Au niveau de la distribution, seuls les groupes Canal+ et TPS ont lancé une offre à ce jour. Les deux autres distributeurs déclarés, AB et TV Numéric, ne semblent pas en mesure à ce stade de pouvoir proposer une offre concurrente, faute de pouvoir reprendre l'ensemble des chaînes éditées par les Parties. Canal+ France serait donc de fait l'unique distributeur de TNT payante.

Au niveau de la diffusion, les chaînes de la TNT sont regroupées par multiplex de 5 ou 6 chaînes. Ces sociétés *ad hoc* sont chargées de passer des contrats avec des opérateurs de diffusion que sont notamment TDF, Antalis TV ou Towercast. Ces diffuseurs n'exercent aucune activité de distribution.

### **III. Acteurs et marchés audiovisuels**

#### ***1. Les opérations de concentration***

Le mouvement de concentration du secteur de la télévision payante en Europe, essentiellement observé en matière de télévision par satellite, a été amorcé en 1990 au Royaume Uni avec la création de Sky Digital par le groupe Murdoch. D'autres fusions ont également eu lieu en Allemagne, dans les pays scandinaves et en Pologne.

Les opérations de concentration italienne et espagnole de 2003 sont les plus récentes. En Italie, la plate-forme Stream a été rachetée par Telepiu, filiale du groupe Vivendi Universal, et en Espagne, les bouquets de télévision payante Sogecable et Via Digital ont fusionné.

Le rapprochement de TPS et de Canal Satellite met ainsi fin à une certaine exception en matière de distribution audiovisuelle. Les opérations se distinguent cependant des cas italien et espagnol, en ce que les acteurs souhaitant se rapprocher sont en France bénéficiaires, les résultats nets 2005 respectifs de Canal+, Canal Satellite et TPS étant de [...], [...] et [...] euros.

Deux opérations de concentration sont menées simultanément, visant à créer une nouvelle entité dénommée Canal+ France dans la suite du présent avis. Le capital de Canal+ France serait réparti de la manière suivante :

- groupe TF1 : [...]
- groupe M6 : [...]
- groupe Lagardère : [...]
- groupe Vivendi Universal : [...].

Le pacte d'actionnaires conclu entre Vivendi Universal et Lagardère offre la possibilité à ce dernier d'exercer, [...] mois après la réalisation des opérations de concentration, une option d'achat lui permettant de détenir 34 % du capital et des droits de votes de Canal+ France.

[...]

Canal+ France détiendrait l'intégralité de TPS et Canal Satellite, ainsi que l'ensemble des activités du Groupe Canal+ sur les marchés de la télévision payante, dont la chaîne Canal+.

[...]

## *2. Position de Canal+ France sur les différents marchés*

### Sur le marché de l'acquisition de droits

Canal+ a obtenu en exclusivité auprès de la LFP les droits de diffusion pour la télévision (hors mobiles) des matchs du championnat français de football de Ligue 1, pour 600 millions d'euros par an pour les saisons de 2005 à 2007. D'après les informations dont elle dispose, l'Autorité estime que ces droits représentent légèrement moins de [...] % des droits sportifs à destination de la télévision gratuite ou payante. TPS étant son principal concurrent pour l'acquisition de ces droits exclusifs à ce jour, la nouvelle entité semble incontournable pour l'acquisition exclusive de ces droits.

A un moindre niveau de valorisation, les droits des championnats de football étrangers (notamment anglais, espagnols et italiens), des championnats français de rugby et basket-ball et des principaux matchs de boxe constituent les principaux autres événements diffusés exclusivement en télévision payante et font aujourd'hui l'objet de droits acquis en exclusivité soit par le Groupe Canal+, soit par TPS. La nouvelle entité détiendrait la quasi-totalité de ces droits de diffusion de contenus sportifs en dehors des événements d'importance majeure.

Par ailleurs, TPS, Canal+ ainsi que leurs chaînes cinéma co-financent aujourd'hui plus de [...] % des films français en échange des droits de diffusion en première et seconde fenêtre de télévision payante. La nouvelle entité sera donc en position prééminente pour l'acquisition de droits de diffusion de films français.

Concernant les films des « majors » américaines, qui constituent un produit d'appel majeur pour les bouquets de télévision payante, le Groupe Canal+ et TPS se partagent à ce jour leurs droits de diffusion, généralement sous forme d'accords d'exclusivités avec ces « majors » pour les diffusions en première et seconde fenêtre de télévision payante. La nouvelle entité détiendrait donc la quasi-totalité des droits de première et de seconde diffusion des films des « majors » américaines pour la télévision payante.

Au vu de ce qui précède, il n'est pas exclu que Canal+ France soit en position dominante sur le marché de l'acquisition de droits, notamment pour les contenus de type « premium ».

### Sur le marché de l'édition et de la commercialisation de chaînes

Canal+ France détiendrait une part significative de contenus « premium », de sport ou de cinéma, ainsi qu'une position prépondérante dans l'édition de chaînes thématiques. D'après le « Guide 2006 des chaînes thématiques » publié par l'ACCeS (Association des Chaînes Conventionnées Editrices de Services), les groupes Canal+, Lagardère, M6 et TF1 totalisaient près des trois quarts du chiffre d'affaires des chaînes thématiques en 2004 (hors chaînes hertziennes historiques dont Canal+).

### Sur le marché de la distribution audiovisuelle

Canal+ France disposerait d'une base d'environ [...] abonnements, dont [...] à Canal+, [...] à Canal Satellite et [...] à TPS.

[...] de foyers étant abonnés à la fois à Canal+ et Canal Satellite, voire à TPS, le nombre de foyers abonnés au groupe Canal+ France serait donc vraisemblablement de l'ordre de [...].

Ainsi que mentionné ci-avant, le nombre de foyers abonnés à une offre audiovisuelle distribuée par les câblo-opérateurs est de l'ordre de [...].

Pour les opérateurs DSL, le dénombrement des abonnés à une offre de télévision payante est plus délicat. En effet :

- plus de [...] % des abonnés à l'offre « MaLigne TV » de France Télécom (au nombre de 200 000 au 31 décembre 2005) ont souscrit à une offre proposée par le Groupe Canal+ ou TPS ; moins de [...] ont souscrit à la seule offre « MaLigne TV » au 31 mars 2006 ;
- tout abonné dégroupé à l'offre haut débit de Free (soit 1,1 million d'abonnés au 31 décembre 2005) reçoit un terminal permettant l'accès au bouquet distribué par Free mais tous n'utilisent pas ce service ; Free dénombrait 195 000 abonnés ayant souscrit à une option supplémentaire de télévision payante au 31 décembre 2005 dont une part significative aux bouquets du Groupe Canal+.

Au regard des informations dont elle dispose, l'Autorité estime que les opérateurs DSL représentent donc au plus 1,5 million d'abonnés, dont moins de [...] s'acquittant d'un abonnement additionnel au forfait « triple play » de base.

Par conséquent, en nombre d'abonnements, la part de marché de Canal+ France sur le marché de la distribution audiovisuelle serait *a minima* de 70 %.

#### En valeur globale sur les marchés de la distribution et de la diffusion audiovisuelles

Les offres de Free et Telecom Italia France sont proposées au même tarif, qu'elles incluent ou non le bouquet distribué par ces opérateurs. France Télécom commercialise son bouquet à 16 euros par mois mais seuls quelques milliers de clients n'ont pas souscrit à une offre additionnelle distribuée par les Parties (Canal+, Canal Satellite ou TPS). Neuf commercialise son bouquet 6 euros par mois. Par hypothèse, une valeur de [...] euros peut être retenue comme une moyenne haute pour les bouquets distribués par les opérateurs DSL. Par ailleurs, lorsqu'un opérateur DSL diffuse les bouquets Canal+, Canal Satellite ou TPS, il est rémunéré par le distributeur à hauteur de [...] euros environ.

Les câblo-opérateurs, qui reversent plus de [...] % de leur chiffre d'affaires à la nouvelle entité et à ses actionnaires pour les chaînes qu'ils éditent, reçoivent une rémunération du même ordre pour le transport de la chaîne Canal+. Ils assurent en revanche la distribution et la diffusion de leurs offres multi-chaînes.

L'Autorité relève que Canal+ France contrôlerait 100 % de la distribution audiovisuelle sur les plates-formes satellite et hertzienne terrestre. Sur les marchés de la distribution et de la diffusion audiovisuelles, la valeur qui ne serait pas contrôlée par Canal+ France serait donc, sur une base mensuelle, au cours de l'année 2006, et en ne retenant que des hypothèses favorables à la nouvelle entité :

- la valeur correspondant à la distribution et au transport des bouquets des opérateurs DSL, estimée à [...] euros x 1,5 million de clients ;
- celle correspondant au transport par ADSL des bouquets de la nouvelle entité, estimée à [...] euros x [...] abonnés ;

- celle correspondant à la distribution et au transport des bouquets multi-chaînes des câblo-opérateurs, estimée à [...] euros x [...] abonnés ;
  - celle correspondant au transport par câble de la chaîne Canal+, estimée à [...] euros x [...] abonnés ;
  - celle correspondant à la diffusion par satellite des bouquets de la nouvelle entité, estimée à [...] euros x [...] ;
  - celle correspondant à la diffusion hertzienne terrestre en modes analogique et numérique, estimée à [...] ;
- soit environ [...] euros par mois.

La valeur globale de ces marchés étant estimée à [...] euros par mois, Canal+ France détiendrait, en valeur, environ 75 % des marchés concernés.

### Conclusion

Il ne peut donc être exclu que Canal+ France soit en position dominante sur chaque segment de la chaîne de valeur des services de diffusion linéaire payante, et que son intégration verticale tende à réduire la capacité des opérateurs de communications électroniques à remettre en cause sa position prééminente sur chacun des marchés intermédiaires.

### ***3. Capacité concurrentielle face à Canal+ France***

Les opérations de concentration sont présentées comme une réaction défensive face aux menaces introduites par de nouvelles formes de concurrence et l'arrivée d'opérateurs de communications électroniques sur les marchés audiovisuels.

Selon les Parties, les opérateurs disposant de ressources financières importantes seraient en capacité d'acheter des droits audiovisuels, puis d'éditer des chaînes de télévision, et enfin de constituer et de distribuer leurs propres bouquets.

Compte tenu des synergies, il serait relativement naturel à terme que les opérateurs soient en mesure de proposer des contenus audiovisuels différenciant à leurs abonnés. Ce scénario, décrit par les Parties, paraît cependant peu vraisemblable.

### Barrières économiques

L'Autorité se place dans l'hypothèse où les opérations de concentration seraient autorisées et où aucune mesure ne serait imposée à la nouvelle entité. Pour proposer un bouquet concurrentiel par rapport à celui ou ceux distribués par Canal+ France, un nouvel entrant sur le marché devrait développer une offre agrégée notamment à partir de chaînes qu'il éditerait et d'achats de droits exclusifs sur certains contenus, notamment de type « premium ».

Les hypothèses retenues par l'Autorité pour envisager la pertinence d'un scénario d'entrée progressive sont les suivantes :

- l'offre de TPS est prise comme référence. La société était déficitaire d'environ [...] euros en 2001 avec [...] abonnés et un budget légèrement inférieur, avant d'atteindre l'équilibre fin 2005 avec [...] abonnés. L'Autorité retient pour l'opérateur nouvel

entrant modélisé des dépenses annuelles d'environ [...] euros, pour un revenu par abonné de l'ordre de [...] euros, correspondant aux valeurs constatées pour TPS ;

- un opérateur nouvel entrant modélisé rentabilise ses dépenses sur une base initialement restreinte de clients. Le flux annuel de nouveaux abonnés à une offre à 30 euros de télévision payante par ADSL est de l'ordre de [...] pour Free et pour France Télécom, un peu moindre pour Neuf. L'Autorité retient une hypothèse haute de [...] par opérateur ;
- seule une fraction des nouveaux abonnés à une offre de télévision payante s'abonne à l'offre de l'opérateur, la majorité souscrivant à une offre plus riche distribuée par Canal+ France. En hypothèse haute, l'Autorité retient toutefois une équi-répartition des nouveaux abonnés entre le bouquet distribué par l'opérateur modélisé d'une part et les bouquets de Canal+ France d'autre part.

Sous ces hypothèses, l'activité audiovisuelle de l'opérateur serait déficitaire de [...] euros la première année et atteindrait le petit équilibre en [...] ans. Le déficit cumulé serait de [...] euros après trois ans et de [...] euros après six ans.

A titre de comparaison, le chiffre d'affaires de Free s'élevait à plus de 700 millions d'euros en 2005 et sa marge nette, à 70 millions d'euros. Les actifs de la société sont de 500 millions d'euros. Le groupe Neuf Cegetel avait en 2005 un chiffre d'affaires de 2 milliards d'euros dont 1 milliard d'euros pour le haut débit, et était à l'équilibre. Ses actifs s'élèvent à 1,5 milliard d'euros.

La comparaison de ces chiffres montre que :

- les opérateurs alternatifs de réseaux haut débit fixe n'ont pas la capacité pour entrer sur fonds propres sur les marchés de l'acquisition de droit et de l'édition de chaînes leur permettant de développer un bouquet audiovisuel propriétaire ;
- leurs actionnaires devraient donc accepter une recapitalisation de la société du même ordre de grandeur que sa valorisation actuelle ;
- le niveau de risque consistant à développer un nouveau bouquet alors même que le nouvel entrant TPS vient de décider après dix ans de fusionner avec l'acteur prééminent du secteur est dissuasif.

L'entrée d'un opérateur historique comme France Télécom dans les métiers de l'acquisition de droits et de l'édition pourrait paraître plus raisonnable au premier abord. Son chiffre d'affaires est de 50 milliards d'euros, dont seulement 1,5 milliard d'euros pour l'ADSL résidentiel. Son investissement annuel dans les réseaux fixes est de l'ordre de [...] euros.

### Barrières non financières

Cependant, le développement par France Télécom à court et moyen termes d'une activité de même ampleur que celle de TPS entre 1999 et 2005 demeure peu vraisemblable, en raison de l'existence de barrières non financières au développement de services audiovisuels. En particulier :

- l'asymétrie de base installée entre un opérateur nouvel entrant et Canal+ France rendrait difficile, au delà des questions financières, l'acquisition de

droits audiovisuels auprès de détenteurs de droits, notamment sportifs, pour lesquels une certaine visibilité est primordiale ;

- l'édition de chaînes en propre par les opérateurs de communications électroniques paraît à tout le moins peu probable à court terme ; le métier d'éditeur est en effet complexe et fortement éloigné du cœur de métier de ces opérateurs ; les parts d'audience des grandes chaînes sont stables dans le temps ; la notoriété et la part d'audience d'une nouvelle chaîne ne peuvent se développer que sur des échelles de temps longues ;
- la négociation d'accords d'exclusivité de distribution de chaînes thématiques est quasiment impossible pour un opérateur ne disposant de peu de clients finaux susceptibles de regarder son bouquet. En effet, ces chaînes sont rémunérées à la fois par la publicité et les redevances liées au nombre d'abonnés les recevant ;
- en l'absence de toute mesure *ex ante*, la possibilité d'un comportement anticoncurrentiel de Canal+ France, par dégradation des conditions d'accès à ses contenus vis-à-vis d'opérateurs tentant de la concurrencer ne saurait être exclu.

Les barrières non financières et les asymétries vis-à-vis de Canal+ France auxquelles un nouvel entrant dans le domaine de l'acquisitions de contenus de type « premium » serait exposé, respectivement pour les droits cinématographiques et sportifs, sont exposées ci-après.

#### Le cas particulier des droits cinématographiques

La loi n° 86-1067 du 30 septembre 1986 susvisée, ainsi que ses décrets d'application, impose des quotas d'œuvres européennes et françaises pour les chaînes diffusant des œuvres audiovisuelles et cinématographiques. Pour un nouvel entrant, les possibilités de choix sont limitées, dans la mesure où Canal+ France et ses actionnaires détiennent les droits d'exploitation de la majorité des œuvres permettant de respecter ces quotas en éditant une grille de programmes attractive.

Plus de [...] % des longs-métrages français sont à ce jour co-financés par Canal+, Canal Satellite ou TPS, dont la quasi-totalité des films à succès.

La participation de la chaîne Canal+ au financement du cinéma français repose sur trois types de textes complémentaires :

- des accords interprofessionnels avec la société civile des auteurs – réalisateurs - producteurs (ARP), le Bureau de liaison des organisations du cinéma (BLOC), le Bureau de liaison des industries cinématographiques (BLIC) etc. ;
- le décret n° 2001-1332 du 28 décembre 2001 et notamment l'article 5 qui impose à la chaîne Canal+ de consacrer chaque année 9 % des ressources totales de l'exercice à l'acquisition de droits de diffusion d'œuvres cinématographiques d'expression originale française ;
- la convention du 29 mai 2000 modifiée signée entre la chaîne Canal+ et le CSA dont l'article 25 II précise que les ressources consacrées à l'acquisition des droits de représentation des films français ne peuvent pas

être inférieures à 2,36 euros par abonné et par mois. Ce montant résulte d'un engagement pris par Canal+ lors de la fusion avec Vivendi Universal.

L'entité Canal+ France serait donc un acteur difficilement contournable pour le financement et la diffusion exclusive de films français, dans la mesure où le préachat d'un film français conditionne sa diffusion exclusive en première et seconde fenêtres de télévision payante.

En pratique, les opérateurs de communications électroniques diffusent des offres audiovisuelles depuis plus de quinze ans pour le câble, depuis plus de trois ans pour Free et de deux ans pour France Télécom et Neuf Cegetel. Aucun opérateur n'a acquis à ce jour de droits exclusifs de diffusion linéaire de film français.

Par ailleurs, pour l'achat de droits exclusifs de diffusion linéaire de films des « majors » américaines, les difficultés auxquelles serait confronté un nouvel entrant sont de plusieurs ordres :

- Vivendi Universal a des liens structurels et historiques avec certaines « majors », notamment Universal Pictures et NBC Universal ; par le passé, TPS n'a pas réussi à obtenir le droit de diffuser leurs catalogues ;
- les contrats actuellement en vigueur entre TPS, Canal+, Canal Satellite d'une part et les « majors » d'autre part portent sur des durées importantes ([...]) et incluent souvent des options exerçables visant à leur renouvellement ;
- Canal+ France disposerait d'économies de gamme lui permettant l'achat groupé de première fenêtre pour les chaînes « premium » du groupe, de seconde fenêtre pour leurs autres chaînes cinéma et d'une diffusion en paiement à l'acte.

Cet avantage sera d'autant plus important que TPS, qui avait progressivement obtenu des contrats d'exclusivités avec certaines « majors », constituait jusqu'alors l'unique contre-pouvoir crédible au Groupe Canal+ sur ce marché.

#### Le cas particulier des droits sportifs

Les Parties soulignent que la puissance financière de certains opérateurs de communications électroniques pourrait leur permettre de se positionner facilement sur le marché de l'acquisition de droits sportifs et notamment du championnat français de Ligue 1 de football.

Pour les prochaines années, il convient de rappeler que les Parties sont détentrices des droits exclusifs de la Ligue 1 de football, ce qui rend impossible leur acquisition par un opérateur de communications électroniques.

De manière prospective, à moyen terme, une telle acquisition est en théorie possible, mais il semble peu crédible qu'elle puisse fonder une stratégie d'entrée efficace d'un opérateur sur les marchés audiovisuels, pour les raisons exposées ci-après.

Trois exemples de transactions récentes où des opérateurs ont acquis des droits de diffusion de matchs des championnats de football en Europe peuvent être analysés :

- Belgacom a acquis les droits du championnat belge de football pour 36 millions d'euros ;
- Versatel a acquis les droits du championnat néerlandais de football pour 30,5 millions d'euros ;
- Arena, consortium de deux câblo-opérateurs, a acquis les droits du championnat allemand de football, pour 420 millions d'euros ; les câblo-opérateurs allemands disposent cependant d'une importante base d'abonnés à la télévision payante supérieure à celles des câblo-opérateurs français.

Il convient de noter que Belgacom et Arena n'ont pas fait obstacle à la diffusion de certains matchs ou de leurs résumés sur les chaînes gratuites, afin de maintenir la visibilité du championnat. Ce critère semble important pour les équipes et leurs sponsors, dans la mesure où l'offre la plus élevée, formulée par Premiere, a été rejetée en Allemagne pour défaut de visibilité.

En France, la LFP pondère l'offre financière par une note qualitative tenant compte des conditions et de la qualité de la diffusion, du savoir-faire technique, de la connaissance du secteur footballistique et de la couverture actuelle et prévisionnelle des candidats.

Il ne saurait être exclu en France que les opérateurs de communications électroniques ayant une base de clients restreinte devraient s'engager, pour acquérir les droits exclusifs de la Ligue 1, à autoriser leur diffusion partielle sur des chaînes gratuites.

Une telle asymétrie pourrait être approfondie par le Conseil de la concurrence, car elle rendrait inefficace une stratégie d'entrée d'un nouvel acteur par l'acquisition de droits de ce type ; leur offre payante serait peu attractive car partiellement diffusée gratuitement ; ainsi, Belgacom n'a recruté que [...] nouveaux clients pour un investissement initial de 36 millions d'euros.

Une proportion importante des autres droits sportifs concerne des événements d'importance majeure tels que définis par le décret n° 2004-1392 du 22 décembre 2004. Il s'agit notamment des Jeux Olympiques, des matchs de l'équipe de France de football, du Tour de France et des principales finales des compétitions internationales de football, rugby, tennis, basket-ball et handball. Le décret prévoit pour ces manifestations les conditions dans lesquelles l'exclusivité de retransmission doit être assurée afin « *qu'une partie importante du public ne soit pas privée de la possibilité de les suivre sur un service de télévision à accès libre* ».

En pratique, l'acquisition de ces droits par un nouvel entrant ne serait pas un facteur de différenciation et d'attractivité de son bouquet, car ils devraient être revendus aux chaînes hertziennes qui en feraient la demande dans « des conditions de marché équitables, raisonnables et non discriminatoires ».

### Conclusion

Au regard de l'analyse exposée ci-avant, l'Autorité estime qu'en l'absence d'engagements spécifiques de la nouvelle entité :

- les opérateurs alternatifs de communications électroniques ne seraient pas en mesure de concurrencer la nouvelle entité sur les marchés de

l'acquisition de droits premium, de l'édition de chaînes et de la distribution audiovisuelle ;

- l'ampleur des barrières non réglementaires dans le secteur de l'audiovisuel, l'absence de base installée et la concurrence d'un groupe comme Canal + France fort de vingt ans d'expérience et de près de dix millions de clients rend extrêmement improbable l'entrée de France Télécom sur ces mêmes marchés ;
- si une telle diversification de France Télécom avait néanmoins lieu, celle-ci viendrait dégrader profondément le fonctionnement concurrentiel des marchés du haut débit, par effet de levier entre contenus et réseaux.

L'Autorité estime en conséquence que les opérations de concentration, si elles devaient être autorisées, devraient être assorties d'engagements de la nouvelle entité permettant de prévenir ses éventuels effets anticoncurrentiels sur les marchés des communications électroniques. Les risques potentiels ainsi que les engagements susceptibles de les limiter sont exposés en partie suivante.

#### **IV. Prévention d'une éventuelle distorsion de concurrence entre opérateurs de communications électroniques et de leur éventuelle éviction sur le marché de la distribution audiovisuelle**

##### ***1. Introduction***

Ainsi qu'exposé ci-avant, un mouvement de convergence est engagé au niveau mondial entre les secteurs de la téléphonie, de l'Internet et de l'audiovisuel. Ce mouvement est sensiblement plus avancé en France que dans les autres pays européens, car il a été favorisé par la dynamique concurrentielle du dégroupage et des acteurs du haut débit.

Ainsi que l'exposent les Parties, la croissance du parc d'abonnés à des offres audiovisuelles a été tirée en 2005 par le DSL. A l'inverse, la compétition entre les acteurs du haut débit est structurée aujourd'hui par les offres de convergence dites « triple play », incluant l'accès à Internet, la téléphonie et un certain nombre de contenus audiovisuels.

Dans ce contexte, l'apparition d'un acteur incontournable sur les marchés de l'acquisition de droits « premium » et de l'édition de chaînes payantes est susceptible d'avoir trois types d'effets sur les marchés connexes des communications électroniques :

- une distorsion de concurrence entre opérateurs, induite soit par l'existence de liens structurels entre certains d'entre eux et le groupe Vivendi Universal, soit par l'hétérogénéité des contre-pouvoirs d'acheteurs des opérateurs en concurrence face au nouvel acteur dominant de l'audiovisuel ;
- l'éviction des opérateurs de communications électroniques du marché de la distribution de contenus audiovisuels, le groupe Canal+ France pouvant utiliser sa position dominante sur les marchés de l'acquisition de droits et de l'édition de chaînes pour faire levier sur le marché aval ;
- un frein à la généralisation de services innovants en matière de distribution de contenus audiovisuels, et notamment les modes de consommation asynchrones de type VoD, techniquement permis par les nouveaux réseaux haut débit fixes et, de manière prospective, mobiles.

Ces trois types de distorsions sont de nature à limiter sensiblement les bénéfices des opérations de concentration objets du présent avis pour les consommateurs finaux et à créer des dommages à l'économie dans son ensemble et au secteur des communications électroniques en particulier.

Les différents types de risques pour les services linéaires et les engagements de Canal+ France susceptibles de les limiter sont présentés ci-après. Les services non linéaires sont traités en partie suivante.

## ***2. Enjeux en termes concurrentiels et économiques***

L'expérience des dix dernières années a montré que l'ouverture à la concurrence des marchés de services de communications électroniques en France et en Europe a permis à la société de l'information de se développer et a eu des externalités positives sur l'ensemble du tissu économique. Ainsi, fin 2005 :

- 9,7 millions de ménages étaient abonnés à une offre d'accès à Internet haut débit dont 2,8 millions sur des lignes dégroupées ;
- la croissance annuelle du haut débit est de 45 % pour le DSL et de 23 % pour le câble ;
- 30 % des abonnés mobiles consommaient des services multimédia, contre 23 % un an plus tôt ;
- le chiffre d'affaires des services de données mobiles était de [...] euros, en hausse annuelle de 23 % ;
- les opérateurs ont investi 6 milliards d'euros en 2005, dont 3 milliards dans les réseaux fixes ; les investissements des opérateurs alternatifs fixes sont supérieurs à 1 milliard d'euros.

Les opérateurs DSL proposent notamment des offres innovantes qui permettent de dynamiser le marché et d'augmenter le taux de pénétration du DSL. Après une phase de concurrence essentiellement tarifaire en 2004, le marché est aujourd'hui structuré autour d'une concurrence par les services.

Les opérateurs DSL ont introduit et généralisé en moins de deux ans les forfaits de voix illimitée vers les postes fixes, l'extension de ces forfaits aux postes fixes de certains pays étrangers, une augmentation des débits de 2 à 8 Mbit/s puis à presque 20 Mbits en ADSL 2+, le développement de terminaux incluant d'une part un poste téléphonique sans fil, puis WiFi et d'autre part un adaptateur TNT, des offres de diffusion audiovisuelle et des services de VoD, encore limités.

La dynamique des marchés des services de communications électroniques s'avère donc globalement positive en France. Cependant, les opérateurs seront confrontés dans les prochaines années à une évolution profonde de leur modèle économique.

Les réseaux actuels sont d'ores et déjà capables de transporter de la voix et de fournir un accès satisfaisant pour la consultation de pages Internet. L'essentiel des investissements dans les réseaux est actuellement lié à l'anticipation d'une demande croissante des abonnés pour les services audiovisuels.

Les revenus générés par la voix s'érodent avec la généralisation de la voix sur IP. Les services liés à l'image sont analysés comme devant fournir le relais de croissance qui compensera l'érosion des revenus traditionnels.

L'Autorité est amenée à considérer que :

- l'accès des opérateurs à des contenus audiovisuels est un facteur clef du maintien de la dynamique actuel du secteur des communications électroniques, où l'intensité concurrentielle, notamment dans le haut débit fixe, conduit les opérateurs à restituer aux consommateurs l'essentiel des gains de productivité sur les services traditionnels tout en développant des services innovants relayant la croissance ;
- le maintien de conditions de concurrence équitables sur le marché des communications électroniques suppose que les différents acteurs aient accès aux contenus audiovisuels dans les conditions non discriminatoires ; un certain niveau de visibilité est indispensable pour que les différents acteurs puissent lier leurs investissements actuels dans les réseaux à des perspectives de croissance ultérieure liées à l'image ;
- l'hypothèse ou le simple doute sur la capacité de Canal+ France à discriminer entre les plates-formes ou entre les opérateurs concurrents au sein d'une même plate-forme est en conséquence susceptible d'avoir des effets négatifs sur la dynamique actuelle des marchés du haut débit fixe et, dans une moindre mesure, du haut débit mobile.

### ***3. Enjeux en termes d'offres pour les consommateurs***

Le succès des offres de convergence « triple play » au cours de l'année 2005 amène à penser que celles-ci répondent à une attente du marché et des consommateurs finaux. Les principaux avantages des offres fixes couplant téléphonie, Internet et télévision semblent être :

- l'unification et la simplification des relations entre le client final et ses différents fournisseurs pour la téléphonie, l'Internet et l'audiovisuel, avec une facture et un service client unifié ;
- la réduction des coûts directs et indirects d'installation, un même équipement terminal assurant les trois fonctions, sans intervention d'un installateur pour le DSL et dans une moindre mesure le câble ;
- l'apparition de services innovants, notamment de VoD, pour lesquels l'appétence des consommateurs semble particulièrement importante en France et à l'étranger.

Le maintien et le développement de ce type d'offres supposent d'une part que les opérateurs soient en mesure d'accéder à des contenus équivalents et d'autre part qu'ils puissent gérer l'ensemble de la relation client.

Les facultés d'innovations techniques et tarifaires des opérateurs supposent notamment que le fournisseur de service puisse avoir un lien exclusif avec le client final si celui-ci le souhaite. Dans le secteur des communications électroniques, ce constat a notamment conduit au développement du dégroupage total et à l'introduction récente de l'offre de revente en gros du service d'accès téléphonique (VGAST).

A l'inverse, le mode d'organisation du marché dans lequel le client final devrait, en fonction du contenu audiovisuel auquel il souhaite accéder, sélectionner un opérateur d'accès haut débit spécifique, ou être contraint de maintenir plusieurs abonnements distincts - satellitaire et DSL par exemple - paraîtrait sous optimal.

En conséquence, l'Autorité considère que les opérations de concentration objets du présent avis ne doivent pas faire obstacle, dans la durée, à la capacité des consommateurs finaux à accéder à des offres de type « triple play » par la plate-forme technique et l'opérateur de leur choix, indépendamment du contenu audiovisuel auquel il souhaite accéder.

#### ***4. Risques liés aux opérations de concentration***

##### Liens structurels de Canal+ France avec certains opérateurs

L'entité issue de la concentration est placée sous le contrôle exclusif de Vivendi Universal, par l'intermédiaire de sa filiale Groupe Canal+. Or, Vivendi Universal dispose du contrôle et d'une part importante du deuxième opérateur de téléphonie mobile français SFR, lui-même actionnaire de Neuf Cegetel.

L'Autorité constate à cet égard que le Groupe Canal+ et SFR ont récemment lancé une offre de VoD accessible sur des téléphones mobiles de troisième génération.

Les liens de la nouvelle entité avec l'opérateur Bouygues Télécom, par l'intermédiaire des groupes Bouygues et TF1, sont plus ténus. [...]

Il ne saurait être exclu que Canal+ France utilise sa puissance sur les marchés de la diffusion audiovisuelle pour faire levier et distordre en sa faveur les conditions de concurrence sur les marchés de la téléphonie mobile, de l'accès à Internet haut débit, et sur le futur marché des offres convergentes dites « quadruple play » (Internet, voix sur large bande, télévision, mobilité).

##### Hétérogénéité des pouvoirs de négociation des autres opérateurs

Ainsi que mentionné ci-avant, l'opérateur mobile Bouygues Télécom dispose d'un certain contre-pouvoir limitant sa dépendance vis-à-vis de Canal+ France. Si son chiffre d'affaires dans l'audiovisuel est moitié moindre que celui qu'aurait Canal+ France, le groupe TF1 possède la chaîne française la plus regardée et édite des contenus vraisemblablement adaptés à la télévision sur mobile, comme LCI.

Bien que l'opérateur fixe et mobile France Télécom dispose d'un certain contre-pouvoir essentiellement financier, il est peu probable, ainsi que mentionné ci-avant, qu'il soit en mesure de développer un bouquet concurrentiel à ceux de Canal+ France.

Les câblo-opérateurs possèdent un pouvoir de négociation encore plus limité. Ils sont concurrents de Canal+ France sur le marché de la distribution audiovisuelle et dépendants de Canal+ France pour l'accès au contenu. Si les deux parties n'arrivaient pas à s'entendre, les câblo-opérateurs perdraient, contrairement à Canal+ France, une part significative de leur chiffre d'affaires.

Finalement, les opérateurs alternatifs DSL n'ont quasiment aucun contre pouvoir de négociation face à la nouvelle entité. Le parc potentiel de leurs abonnés est relativement restreint, et Canal+ France peut commercialiser ses services par voie hertzienne numérique. La puissance financière des opérateurs alternatifs est, ainsi que montré précédemment, nettement insuffisante pour menacer d'une quelconque manière la nouvelle entité sur le marché de l'acquisition de droits et de l'édition de chaînes.

#### Remise en cause du modèle économique des câblo-opérateurs

Les câblo-opérateurs disposent à ce jour d'un accès aux chaînes éditées par la nouvelle entité, à l'exception de Canal+, et d'une capacité de distribution de leur propre bouquet. Ceci découle de la présence historique des câblo-opérateurs comme premiers distributeurs de télévision payante, dans la mesure où les chaînes de la nouvelle entité avaient besoin d'être reprises par ces distributeurs dans un contexte où les offres satellite des Parties n'étaient pas encore suffisamment développées.

Par la suite, la concurrence entre le Groupe Canal+ et TPS a permis aux câblo-opérateurs de maintenir cette situation privilégiée, qui leur permettait d'être les seuls distributeurs à pouvoir proposer dans une même offre l'ensemble des principales chaînes thématiques françaises.

L'économie des câblo-opérateurs est fondée sur la distribution audiovisuelle, les services audiovisuels représentant plus de [...] % de leurs revenus. Un recul par rapport à la situation actuelle serait extrêmement préjudiciable pour ces acteurs. Il est donc indispensable que la nouvelle entité garantisse le maintien des accords existants avec les câblo-opérateurs et leur permette ainsi de continuer à avoir accès aux chaînes qu'elle édite.

#### Distorsions de concurrence entre plates-formes et entre opérateurs

L'Autorité estime que la prolongation de la situation actuelle permettant aux seuls câblo-opérateurs de distribuer les chaînes de la nouvelle entité reviendrait à consacrer de fait une discrimination au détriment des opérateurs DSL, qui ne disposent pas à ce jour d'un accès aux chaînes de la nouvelle entité pour les inclure dans leurs propres bouquets.

L'Autorité estime que cette asymétrie induit une distorsion de concurrence importante entre les câblo-opérateurs et les opérateurs DSL sur le marché de la distribution audiovisuelle et par suite sur l'ensemble des marchés du haut débit. En effet, de manière prospective, les opérateurs DSL subiront une concurrence asymétrique de la part des câblo-opérateurs.

Par ailleurs, l'Autorité constate qu'il existe d'autres exemples de distorsions de concurrence avérées sur le marché des communications électroniques, d'ores et déjà induites par le comportement du Groupe Canal+.

La chaîne Canal+ en haute définition n'est pas à ce stade accessible sur les plates-formes câble et DSL, ce service n'étant proposé que sur le satellite.

Ainsi, alors que France Télécom et Free ont d'ores et déjà développé des décodeurs MPEG4 HD permettant de diffuser des contenus en haute définition, un refus d'accès aux chaînes haute définition de la nouvelle entité rendrait inutiles les investissements déjà réalisés et découragerait la recherche de nouvelles innovations en matière de diffusion audiovisuelle sur paire de cuivre.

La haute définition constitue un enjeu majeur pour les années à venir, comme l'ont illustré la rapidité de la pénétration du DVD ou de la TNT. En 2005, le taux d'équipement en téléviseurs HD était de 2 %, soit 500 000 foyers. Le cabinet GFK prévoit qu'il sera de 7 à 8 % à la fin de l'année 2006, soit 1,5 million à 2 millions de foyers, et de 33 % en 2009.

L'Autorité relève que le Groupe Canal+ a d'ores et déjà introduit une distorsion de concurrence au sein des réseaux filaires. Le Groupe Canal+ a en effet accordé à France Télécom, pour ses clients ayant souscrit à l'offre « MaLigne TV », la diffusion exclusive, sur câble et ADSL, du service « Foot+ », permettant d'accéder aux matchs de la Ligue 1 en PPV.

#### Frein au développement de la télévision payante et à l'innovation

Même en l'absence de discrimination entre plates-formes et entre opérateurs, le scénario selon lequel Canal+ France ferait progressivement évoluer ses contrats pour évincer l'ensemble des opérateurs du marché de la distribution audiovisuelle et les cantonner à un rôle de diffuseur des seuls bouquets distribués par Canal+ France, paraîtrait économiquement inefficace :

- pour les consommateurs, qui devraient durablement souscrire à deux abonnements distincts, avec deux processus de facturation et de service après vente, éventuellement avec deux terminaux distincts pour accéder à Internet et à un bouquet audiovisuel ;
- pour les opérateurs et les éditeurs, qui ne bénéficieraient pas des probables effets de volume qu'une concurrence sur le segment de la distribution d'offres « multiple play » serait susceptible de générer.

L'Autorité constate qu'historiquement, l'existence d'une concurrence forte entre les distributeurs (TPS et le Groupe Canal+) a favorisé de manière immédiate le développement de nouvelles technologies. Dans un contexte fortement concurrentiel, les deux bouquets ont accepté d'être diffusés sur ADSL, à l'initiative première de TPS.

En l'absence de concurrence et d'incitation à l'innovation, un distributeur unique, probablement moins incité à innover, aurait pu être tenté de continuer à utiliser exclusivement ses vecteurs de diffusion historiques (satellite et hertzien). L'absence de distributeurs concurrents face à Canal+ France pourrait ainsi être extrêmement préjudiciable à l'innovation dans l'ensemble du secteur.

#### Frein à l'investissement dans les nouveaux réseaux

La compétitivité et l'emploi dans le secteur des communications électroniques supposent le maintien en France d'un flux d'investissement et d'innovation comparable sinon supérieur à celui des autres grands pays. A moyen et long termes, les deux ruptures technologiques seront :

- le passage à des réseaux de fibre jusqu'à l'abonné final, que celle-ci soit tirée par les câblo-opérateurs ou par les opérateurs DSL actuels ;
- la généralisation des services liés à l'image sur les réseaux haut débit et très haut débit mobiles.

Or, le partage actuel de la valeur générée par les nouveaux abonnés aux bouquets audiovisuels sur ADSL entre opérateurs de communications électroniques et acteurs de l'audiovisuel ne semble pas révéler un pouvoir de négociation symétrique.

Si la fusion devait maintenir ou amplifier cette asymétrie, les opérateurs de réseaux fixes seraient peu incités à développer des réseaux de fibre optique pouvant véhiculer plusieurs flux de télévision haute définition jusqu'à chaque abonné sans disposer d'un accès à ces contenus et à une partie raisonnable de la valeur qu'ils génèrent. A moyen terme, l'équilibre économique des opérateurs mobiles faisant évoluer leurs réseaux vers la quatrième génération pourrait également en être modifié.

#### Refus d'accès aux chaînes nécessaires à la constitution d'un bouquet attractif

L'analyse des exemples étrangers et des mesures imposées aux entités fusionnées en Espagne et en Italie semble indiquer que le maintien ou le développement d'une concurrence sur le segment de la distribution audiovisuelle a été jugé essentiel.

Les entités fusionnées se sont ainsi engagées à fournir aux opérateurs les concurrençant sur le segment de la distribution audiovisuelle un accès à certaines de leurs chaînes, limitant ainsi les effets de levier entre les segments de la chaîne de valeur en quasi-monopole et ceux en concurrence ou concurrence potentielle.

L'Autorité constate en effet que les bouquets distribués aujourd'hui par les opérateurs DSL français ne disposent pas de chaînes suffisamment attractives pour pouvoir concurrencer les bouquets des Parties. Ils n'incluent en effet :

- aucune chaîne proposant des contenus « premium » (football, films américains, européens et français à succès) (Canal+, TPS Star, autres chaînes cinéma...);
- pratiquement aucune des principales autres chaînes thématiques françaises, la plupart étant éditées par les actionnaires de la nouvelle entité (par exemple Eurosport, LCI ou TV Breizh pour le groupe TF1, Paris Première et Teva pour le groupe M6, Canal J et MCM pour le groupe Lagardère, Canal Jimmy ou Planète pour le Groupe Canal+ ou encore Infosport ou Télétoon pour TPS);
- ni TF1 ni M6. Bien que diffusées par voie hertzienne terrestre en modes analogique et numérique, ces deux chaînes ont refusé d'être dans les bouquets distribués par les opérateurs DSL. Pour contourner ce problème, ces derniers intègrent à leur « box » un adaptateur permettant de recevoir la TNT gratuite. Cette solution est sous optimale, car inutilement onéreuse et ne permettant pas de pallier l'absence d'antennes collectives adaptées à la réception de la TNT dans certains immeubles où les chaînes de télévision hertzienne sont accessibles par le service antenne du câble.

A ce stade, ni TPS ni le Groupe Canal+ n'ont souhaité répliquer sur le marché émergent de la télévision sur ADSL le fonctionnement du marché sur les réseaux câblés, en permettant aux opérateurs DSL de reprendre dans leurs propres bouquets les chaînes éditées par les Parties. Pourtant les chaînes de la nouvelle entité seraient essentielles pour constituer un bouquet attractif, notamment dans les thématiques cinéma (CinéCinéma, TPS Cinéma...), information sportive (Sport+, Infosport), jeunesse (Télétoon, Piwi, Canal Jimmy) ou documentaire

(Planète...). Le modèle privilégié semble être celui des plates-formes de diffusion satellitaire, où l'opérateur n'est qu'intermédiaire technique dans la relation entre les bouquets des Parties et le client final.

Par ailleurs, au-delà de la distribution directe des chaînes éditées par Canal+ France, il est indispensable, pour permettre la constitution, par les opérateurs filaires et mobiles, de bouquets attractifs, que la nouvelle entité ne fasse pas obstacle à la reprise par ces derniers, des chaînes éditées par d'autres sociétés, qu'elles soient actionnaires de la nouvelle entité (TF1, M6, Lagardère) ou non (AB, France Télévisions, chaînes américaines...).

[...]

D'une manière générale, la principale menace stratégique exposée par les Parties dans le dossier de concentration est le risque de développement d'une concurrence des opérateurs de communications électroniques sur leur cœur de métier.

Il est dès lors extrêmement probable que Canal+ France utilise sa position prééminente sur l'achat de droits « premium », l'édition et la distribution audiovisuelle pour interdire l'entrée des opérateurs DSL sur ce dernier marché, voire en évincer les câblo-opérateurs au terme des contrats en cours.

#### Obstacle au libre choix du système d'accès conditionnel

Les chaînes distribuées dans les bouquets de télévision payante sont généralement cryptées, par l'intermédiaire de systèmes d'accès conditionnel qui peuvent être différents selon les distributeurs.

Pour les chaînes reprises par les opérateurs à partir du signal satellite de Canal Satellite ou de TPS, ces derniers fournissent une prestation dite de « simulcrypt ». Elle consiste à embrouiller, au niveau des centres de diffusion satellite des Parties, une même chaîne dans les différents systèmes d'accès conditionnels utilisés par les opérateurs, en ajoutant aux signaux des chaînes concernées les informations utiles au cryptage.

Il n'est pas exclu que la fourniture de la prestation de « simulcrypt » dans des conditions inéquitables induise une distorsion concurrentielle sur le marché de la distribution audiovisuelle, en obligeant les opérateurs à adopter un système de cryptage identique à celui de Canal+ France, au détriment d'éventuels systèmes innovants plus efficaces ou moins coûteux.

### **5. Engagements**

L'Autorité considère que les risques que font peser la création d'un groupe audiovisuel incontournable sur l'ensemble des marchés de la télévision payante, ses liens structurels avec certains opérateurs et le faible contre-pouvoir de négociation des opérateurs de communications électroniques, notamment alternatifs, sont importants. Il paraîtrait proportionné que la nouvelle entité prenne des engagements visant à limiter ces risques.

La nouvelle entité devrait s'engager à laisser diffuser sur chaque plate-forme filaire et mobile et pour chaque opérateur l'intégralité des contenus (chaînes classiques et haute définition) qu'elle distribue par voie hertzienne terrestre ou satellitaire.

En pratique, Canal+ France devrait contracter avec les opérateurs qui le souhaitent sur une base équitable, objective, transparente et non discriminatoire. La nouvelle entité pourrait également s'engager à formuler une offre comportant les différents niveaux de partenariat possibles avec les opérateurs - diffusion simple, accord de distribution, accès aux chaînes - ainsi que leurs modalités techniques et tarifaires.

Une telle offre devrait comporter les spécifications techniques des flux livrables, ainsi que celles des systèmes d'encodage et de gestions de droits, à l'identique de ce qui se pratique actuellement entre les Parties et certains opérateurs DSL.

Canal+ France s'engagerait à formaliser sous forme de contrat, ou de convention lorsqu'il s'agit d'accord intragroupe, l'ensemble des relations avec les opérateurs de communications électroniques, et à les tenir à disposition des autorités de concurrence.

Le contrôle du caractère non discriminatoire de l'offre et de la conformité des contrats à celle-ci serait effectué par les autorités de concurrence à leur initiative ou à la demande d'un opérateur tiers.

En outre, afin de préserver l'équilibre économique des câblo-opérateurs et de favoriser le développement de la concurrence sur le marché de la distribution audiovisuelle sur les plateformes filaires et mobiles, il paraîtrait proportionné que la nouvelle entité s'engage :

- à donner accès aux chaînes qu'elle édite, de manière dégroupée ou par lot de granularité suffisamment fine, pour permettre leur distribution par un opérateur tiers ;
- à ne pas acquérir de droits exclusifs de distribution de chaînes qu'elle n'édite pas, et en tant que de besoin à renégocier les durées des droits exclusifs existants dont la durée paraîtrait manifestement trop longue.

Enfin, afin d'offrir une liberté de choix aux distributeurs pour leur système de cryptage, de protection des droits, et de gestion du plan de numérotation, la nouvelle entité pourrait être amenée à publier auprès des distributeurs les spécifications techniques et tarifaires de livraison de ses flux audiovisuels, permettant d'assurer la répliquabilité technique des offres de détail du groupe Canal+ France par ces distributeurs.

L'Autorité souhaite souligner que les engagements proposés dans la présente section, s'ils concernent l'ensemble du ou des bouquets de Canal+ France à l'exclusion de la chaîne Canal+, ne remettent en cause ni le mécanisme d'achats de droits exclusifs par la nouvelle entité auprès des détenteurs de droits, ni les équilibres actuels de financement du cinéma français.

## ***6. Le cas particulier de Canal+***

La chaîne Canal+ a un statut particulier au sein des chaînes de télévision payante, à double titre :

- elle concentre la quasi-totalité des contenus « premium » et, avec plus de 5 millions d'abonnés, constitue un cas unique en Europe ;
- elle constitue la principale source de financement de la production cinématographique française.

### Les contenus « premium »

La chaîne Canal+ joue aujourd'hui un rôle essentiel sur le marché de la télévision payante, dans la mesure où elle détient d'ores et déjà la majorité des contenus dits « premium », dont la totalité des droits de la Ligue 1 et les principaux droits de diffusion en première fenêtre des films français et américains.

A ce stade, l'Autorité ne dispose pas d'éléments lui permettant de dire si les opérations de concentration conduiraient à un enrichissement ou un appauvrissement du nombre de contenus « premium » au sein des programmes de la chaîne Canal+ et de ses déclinaisons. Néanmoins, il n'est pas exclu que Canal+ France décide de concentrer ses contenus « premium » sur la seule chaîne Canal+, aux dépens de TPS Star par exemple. Les diffusions exclusives des films de « majors » comme Warner, Paramount ou MGM ou des matchs du championnat anglais de football, détenus aujourd'hui par TPS, pourraient encore accroître l'attractivité de la chaîne Canal+.

Par ailleurs, l'Autorité note que la Commission européenne, dans sa décision COMP/M.2876 Newscorp/Telepiù du 2 avril 2003, précise que *« L'accès aux contenus d'appel - principalement des films récents et des épreuves de football, mais aussi d'autres manifestations sportives - est indispensable à l'exploitation réussie d'une télévision payante. En effet, il s'agit des contenus qui incitent les consommateurs à s'abonner. »*

### Le financement du cinéma français

L'article 4 de la convention de la chaîne Canal+ avec le Conseil supérieur de l'audiovisuel précise que la chaîne *« confie à la société Canal+ Distribution les prestations de distribution et de commercialisation des programmes Canal+, Canal+ Cinéma et Canal+ Sport selon les principes et dans les conditions définis dans la convention qui lie les deux sociétés »*.

En pratique, la chaîne Canal+ est exclusivement distribuée, sur l'ensemble des supports de diffusion, par Canal+ Distribution, filiale à 100 % du Groupe Canal+, et donc de Vivendi Universal.

Les termes de la convention de distribution signée par les deux entités au moment de l'opération de concentration Vivendi - Canal+ - Seagram en décembre 2000 traduisaient la volonté du CSA de préserver autant que possible l'indépendance éditoriale et commerciale de la chaîne Canal+ après la fusion avec Vivendi. En particulier, le CSA souhaitait que la chaîne Canal+ récupère *« la maîtrise de son activité de télévision par abonnements, la société déterminant son budget, sa politique tarifaire, commerciale et promotionnelle, contrôlant l'évolution de son chiffre d'affaires, ayant la propriété de sa base d'abonnés et en disposant pleinement pour sa propre exploitation et encaissant directement ses recettes »*.

Ainsi, conformément à cette convention :

- la chaîne Canal+ demeure propriétaire de sa base d'abonnés, mais en apporte la jouissance à Canal+ Distribution ;
- le droit d'exploitation commerciale exclusive de la base d'abonnés est conféré à la chaîne Canal+, ce qui lui permet d'encaisser directement le produit des abonnements et de faire face à l'ensemble de ses charges

- d'exploitation, et notamment à ses obligations réglementaires et conventionnelles à l'égard du cinéma et de l'audiovisuel français ;
- la chaîne Canal+ confiée à Canal+ Distribution, également à titre exclusif, les prestations de distribution et de commercialisation de la chaîne ;
  - Canal+ Distribution garantit à la chaîne Canal+ un résultat d'exploitation majoré du résultat exceptionnel déterminé, sur une base consolidée, égal à 3,3 % du chiffre d'affaires abonnements hors taxes de Canal+, ce montant pouvant varier, pour 2004, entre 50,6 et 57,1 millions d'euros, ces deux bornes augmentant de 2,5 % chaque année ;
  - le contrat est conclu pour une durée de cinquante ans, renouvelable par périodes successives de cinq ans ;
  - la chaîne Canal+ peut s'opposer à une utilisation de sa base d'abonnés par Canal+ Distribution, si elle estime qu'elle pourrait nuire à ses intérêts fondamentaux.

Les dispositions de cette convention ont une incidence sur le niveau de financement du cinéma français, dans la mesure où il repose en grande partie sur un pourcentage du chiffre d'affaires de Canal+. En pratique, la chaîne Canal+ constitue la principale source de financement de la production cinématographique française. Elle est ainsi un acteur incontournable dans le système de financement du cinéma français.

### Conclusion

Au vu de ce qui précède, d'un point de vue strictement concurrentiel, le raisonnement qui a conduit l'Autorité à affirmer la nécessité, pour Canal+ France, de permettre aux opérateurs de distribuer directement les chaînes qu'elle édite, semblerait devoir être étendu à la chaîne Canal+.

Cependant, la mise en place d'un remède concurrentiel portant sur la chaîne Canal+ remettant en cause le modèle d'auto distribution exclusive aurait un effet significatif sur les équilibres actuels en matière de financement du cinéma. Un tel remède ne pourrait être envisagé que s'il s'accompagnait d'une renégociation des conventions en cours et de l'assiette actuelle de financement.

L'Autorité considère donc que l'évaluation de l'opportunité et de la faisabilité de mise en place d'une obligation d'accès à la chaîne Canal+ relève de la compétence du CSA et du Conseil de la concurrence.

Dans l'hypothèse où une évolution du dispositif actuel serait envisagée, l'Autorité estime comme probable que les opérateurs de communications électroniques seraient favorables à une augmentation significative de leur contribution. Un tel élargissement de l'assiette serait susceptible d'augmenter à deux titres le montant global du financement du cinéma :

- à court terme par l'imposition aux opérateurs d'un taux de prélèvement supérieur à celui actuellement en vigueur, en contrepartie d'une capacité de distribution de l'ensemble des contenus « premium » du groupe Canal+ France ;

- à moyen terme par les effets positifs de la concurrence entre plates-formes et distributeurs sur le taux de souscription à la télévision payante et donc sur le volume d'abonnements souscrits.

## V. Risques de frein au développement des services de PPV et de VoD

### 1. *Enjeux*

Le PPV s'est développé sur le satellite et le câble depuis le milieu des années 1990. La VoD est une évolution technologique du PPV. Le client peut en effet choisir totalement son horaire pour la diffusion d'une oeuvre et peut faire facilement des pauses au cours du visionnage.

La VoD est un marché naissant. Si en valeur, le chiffre d'affaires du PPV ([...]euros pour [...] de commandes en 2005 pour Kiosque et Multivision) est encore supérieur à celui de la VoD ([...]euros pour Canal+ Active en 2005), celui-ci connaît une très forte croissance, du fait de sa plus grande souplesse d'utilisation. De plus, les principales offres de VoD présentent généralement des tarifs plus attractifs que le PPV.

Le développement des services de VoD est désormais facilité par la signature, en décembre 2005, d'un accord interprofessionnel qui place la VoD au sein de la chronologie des médias. Elle s'insère au bout de 33 semaines après la fin d'exploitation du film en salle, entre la sortie en DVD (6 mois) et le PPV (9 mois).

Free a annoncé en mars 2006 avoir vendu [...] séances de VoD depuis le lancement de son service en décembre 2005. Ces chiffres sont d'autant plus révélateurs de l'important potentiel de la VoD que très peu d'accords ont été signés à ce jour entre les distributeurs et les détenteurs de droits, conduisant de fait à la limitation de l'offre de films, de fictions, d'émissions sportives ou de documentaires disponible.

Plusieurs modèles économiques de VoD commencent à émerger et illustrent le dynamisme très marqué de ces offres :

- paiement à l'acte (« CanalPlay » sur Free ou sur Internet, « TPS VoD »...);
- paiement forfaitaire sur abonnement. L'accord interprofessionnel de décembre 2005 limite ce type de services à un catalogue de 15 films maximum et exclut les nouveautés, ce qui limite l'attractivité de ce modèle à ce jour ;
- accès à un service de VoD gratuite pour le consommateur, le service se rémunérant par des publicités imposées à plusieurs reprises lors du visionnage par le consommateur. C'est notamment le cas de l'opérateur américain Comcast ou de Disney, via sa chaîne ABC, qui a annoncé l'arrivée de ce système pour des séries à succès comme « Lost » ou « Desperate Housewives ».

L'Autorité considère que les réseaux haut débit filaires constituent techniquement aujourd'hui le vecteur privilégié pour la mise en oeuvre et le développement des offres de VoD, de par l'existence d'une voie de retour, l'augmentation régulière des débits moyens proposés et la forte incitation à l'innovation du fait de l'existence d'un marché de détail du haut débit très

concurrentiel. C'est d'ailleurs sur l'ADSL que les principales offres actuelles de VoD sont aujourd'hui disponibles (« CanalPlay » sur Free, « 24/24 » sur « MaLigne TV »...).

De manière prospective, les réseaux haut débit mobiles peuvent également devenir des vecteurs de développement importants pour les offres de VoD.

## *2. Risques*

L'Autorité estime essentiel que les opérateurs bénéficient de conditions leur permettant de proposer des offres de VoD attractives, en leur permettant de gérer la relation client et la prestation technique.

En première analyse, il semble que ces opérateurs distributeurs de service de PPV et de VoD puissent directement acquérir dans certains cas les droits de certains films pour la VoD, notamment ceux de films américains, sans nécessairement passer par un intermédiaire de type « CanalPlay ».

Il semble qu'il n'existe pas sur ce marché de barrières à l'entrée aussi fortes pour les opérateurs DSL et mobiles et les câblo-opérateurs que sur l'acquisition des droits pour les services linéaires.

En effet, un certain nombre d'accords de distribution VoD ont déjà été conclus entre certaines « majors » américaines et certains opérateurs ([...]).

Au regard des informations dont elle dispose, l'Autorité constate que la plupart des accords de droits VoD signés à ce jour avec les « majors » américaines ne présentent pas de caractère exclusif, permettant ainsi à l'ensemble des plates-formes de négocier avec les ayants droit pour se constituer un catalogue conséquent.

Néanmoins, Canal+ France pourrait avoir la tentation, en l'absence de remèdes spécifiques, d'utiliser sa puissance de marché et son intégration horizontale entre services linéaires et non linéaires. En effet, la croissance du nombre de films distribués en VoD par les opérateurs ne peut que diminuer l'attractivité des chaînes du groupe Canal+ France diffusant ces mêmes films de manière linéaire quelques mois plus tard.

Canal+ France, de par son pouvoir de négociation sur l'acquisition de droits de diffusion cinématographiques pour les services linéaires, pourrait par exemple essayer d'obtenir l'acquisition simultanée des droits de services linéaires et des droits de VoD.

Il semble que la situation soit relativement problématique pour l'accès aux droits VoD des films français. En effet, en pratique, le pré-achat de films français par les éditeurs s'accompagne généralement de clauses ayant pour objet de garantir que les droits concédés par un détenteur de droits pour une fenêtre d'exploitation donnée, ne feront pas l'objet, pendant la durée pour laquelle ils sont concédés, d'une exploitation concomitante dans le cadre d'une ou plusieurs fenêtres d'exploitation pendant toute la période des droits de télévision payante et gratuite. De par son rôle central dans le pré-achat de films français, Canal+ France serait donc en mesure, par le recours à de telles clauses, de retarder l'ouverture de la fenêtre de VoD, théoriquement à 33 semaines, de plusieurs mois, au profit de la diffusion de ces films sur ses chaînes en première et seconde fenêtre.

De plus, cet accord prévoit que les chaînes peuvent ne pas offrir en VoD les films qu'elles financent, ce qui rend d'autant plus délicat l'accès aux droits VoD pour les films français pour tout distributeur autre que Canal+ France.

### ***3. Engagements***

Compte tenu du caractère limité du marché actuel de la VoD et de ses perspectives de croissance, l'Autorité estimerait nécessaire que Canal+ France s'engage :

- à ne pas acquérir des droits exclusifs pour la VoD et à renoncer aux droits exclusifs actuellement en vigueur, si la durée d'exclusivité paraissait anormalement longue ;
- à ne pas négocier conjointement avec les détenteurs de droits cinématographiques français ou étrangers les droits exclusifs de diffusion de films en première ou seconde fenêtre d'une part et les droits de VoD d'autre part.

## **VI. Conclusion générale**

L'Autorité considère que l'entité Canal+ France issue des opérations de concentration objets du présent avis est vraisemblablement en position dominante sur les marchés de l'acquisition de droits « premium », de l'édition et de la distribution audiovisuelle.

Il n'est pas exclu que la position de Canal+ France sur les marchés audiovisuels soit de nature à induire un risque de distorsion concurrentielle sur les marchés des communications électroniques fixes et mobiles et un risque d'éviction sur le marché de la distribution de services linéaires, limitant ainsi le choix des consommateurs.

Afin de limiter ces risques, Canal+ France pourrait être amenée à s'engager :

- à ne pas discriminer ses offres de diffusion de bouquet, d'accès aux chaînes et d'accès aux contenus entre les différentes plateformes et entre les différents opérateurs et distributeurs, y compris ceux avec lesquels le groupe Canal+ France aurait des liens structurels directs ou indirects ;
- à formaliser une offre d'accès aux chaînes éditées par le groupe, y compris les nouvelles chaînes et celles en haute définition, cette offre devant :
  - i. permettre la répliquabilité par des distributeurs tiers des offres de bouquets commercialisées par le groupe sur le marché de détail ;
  - ii. être proposée chaîne à chaîne ou à tout le moins avec une granularité suffisamment fine pour laisser une latitude de choix et de différenciation aux différents distributeurs ;
  - iii. permettre la liberté de choix par les distributeurs de leur système de cryptage, de protection des droits, et de gestion du plan de numérotation ;
  - iv. ne pas induire de régression ou de remise en cause des conventions et contrats existants entre Canal Satellite ou TPS et les câblo-opérateurs ;
- à ne pas acquérir de droits exclusifs de distribution de chaînes qu'elle n'éditerait pas, et en tant que de besoin à renégocier les durées des droits exclusifs existants dont la durée paraîtrait manifestement trop longue.

L'Autorité souhaite souligner que les engagements proposés dans la présente section, s'ils concernent l'ensemble du ou des bouquets de Canal + France à l'exclusion de la chaîne Canal +, ne remettent en cause ni le mécanisme d'achats de droits exclusifs par la nouvelle entité, ni les équilibres actuels de financement du cinéma français.

Au regard de la place particulière de la chaîne Canal + dans le dispositif de financement du cinéma français et européen, l'Autorité considère que l'éventuelle extension des engagements à la chaîne Canal + relève de la compétence du CSA et du Conseil de la Concurrence.

Dans l'hypothèse où des distributeurs tiers auraient accès à la chaîne Canal+ pour la distribuer au sein de leur propre bouquet, l'assiette de financement du cinéma devrait vraisemblablement être élargie aux opérateurs et distributeurs.

Par ailleurs, il n'est pas exclu que la position de Canal+ France sur l'acquisition de droits de cinéma pour la distribution de services linéaires soit de nature à induire un risque de distorsion concurrentielle sur les marchés connexes et émergents de l'acquisition de droits et de diffusion VoD.

Afin de limiter ces risques, Canal+ France pourrait être amenée à s'engager :

- à ne pas acquérir de droits exclusifs de VoD, notamment dans le cadre d'accords globaux avec les détenteurs de droits portant simultanément sur des services de diffusion linéaires et non linéaires ;
- à renoncer ou renégocier ses portefeuilles de droits exclusifs de VoD dont la durée paraîtrait manifestement trop longue.

Fait à Paris, le 23 mai 2006

Le Président

Paul Champsaur

[...] passages relevant des secrets protégés par la loi.