

Avis n° 00-928
de l'Autorité de régulation des télécommunications
en date du 13 septembre 2000
donné au Conseil de la concurrence
sur la demande de la société Grolier Interactive Europe/Online Groupe
à l'encontre des pratiques mises en œuvre par France Télécom et sa filiale
France Télécom Interactive dans le cadre de la fourniture et de la commercialisation
du service d'accès à Internet Wanadoo

L'Autorité de régulation des télécommunications,

Vu le code des postes et télécommunications et notamment ses articles L. 34-8 et L. 36-10 ;

Vu la saisine du Conseil de la concurrence par la société Grolier Interactive Europe/Online Groupe (GIE/OL) en date du 18 novembre 1999 ;

Vu la demande d'avis du Conseil de la concurrence enregistrée le 30 novembre 1999 ;

Vu la demande de l'Autorité à France Télécom de communication des conventions conclues entre France Télécom et France Télécom Interactive pour la fourniture et la commercialisation de Wanadoo en date du 10 mai 2000 et la réponse de France Télécom en date du 31 mai 2000 ;

Après en avoir délibéré le 13 septembre 2000,

La présente saisine de GIE/OL vient en complément de celle relative aux pratiques mises en œuvre par France Télécom et sa filiale France Télécom Interactive dans le cadre de l'expérimentation ADSL, dont le Conseil a été saisi le 26 mai 1999.

L'Autorité a rendu au Conseil l'avis n° 99-493, en date du 10 juin 1999 ; le Conseil a prononcé la décision n° 99-MC-06 de mesures conservatoires en date du 23 juin 1999.

Les deux premières parties de la présente saisine concernent :

- la définition des marchés pertinents relatifs à l'accès à Internet et la position de France Télécom sur ces marchés (chapitre A du présent avis).

La troisième partie traite des griefs de GIE/OL relatifs aux pratiques elles-mêmes, et notamment des pratiques commerciales. Les griefs sont classés par GIE/OL selon trois catégories :

- octroi de « subventions occultes » (chapitre B) ;
- utilisation du réseau des agences commerciales de France Télécom (chapitre C) ;
- détournement de clientèle par des moyens illicites (chapitre D).

A. Le marché pertinent concerné par la présente saisine et la situation du marché de l'accès à Internet en France

L'accès à Internet met en jeu un réseau local, auquel est raccordé l'utilisateur final, un réseau de transport de données, acheminant le trafic du point de sortie du réseau local jusqu'aux serveurs du fournisseur de services Internet, un fournisseur de services Internet (ISP), qui assure la gestion de l'abonné et fournit l'accès proprement dit à l'Internet.

A.1. Le marché de détail

A l'époque des faits évoqués dans le cadre de la présente saisine (année 1999), le marché de détail de l'accès à Internet pouvait se décomposer en deux sous-ensembles : d'une part le marché de l'accès à Internet fourni par les ISP, d'autre part le marché de l'accès aux ISP par un réseau local. Au cours de cette période et depuis lors, l'ensemble de ce marché a connu une très forte progression, tant en ce qui concerne le nombre d'utilisateurs que le nombre d'heures de connexion ; en outre les offres d'accès aux clients finals se sont diversifiées.

A.1.1. Le marché de la fourniture de services Internet par les ISP

Il ne sera fait mention ici que du marché à destination des clients ayant des accès individuels, c'est-à-dire les clients résidentiels ou petits professionnels, et non des clients ayant des accès groupés, tels que les entreprises.

Il existe en France plus de 200 ISP, mais le marché se répartit de façon non homogène entre eux : France Télécom annonce pour Wanadoo une part de marché de 39 % fin 1999. L'association des fournisseurs d'accès à Internet (AFA), qui compte une dizaine d'ISP, dont Wanadoo, considère que ses membres réalisent 90% du marché de l'accès individuel. Les 10% du marché restant se répartissent donc entre tous les autres ISP, généralement implantés localement ou régionalement.

Depuis le milieu de l'année 1999, les offres des ISP se sont diversifiées : désormais plusieurs types d'offres sont disponibles sur le marché :

- le modèle traditionnel, selon lequel le client paie un abonnement mensuel à l'ISP et les communications d'accès par le réseau public commuté à France Télécom ;
- certains ISP ont proposé des abonnements gratuits, le client ne payant plus que les communications d'accès ; le prix des communications peut être égal ou supérieur aux tarifs des appels locaux de France Télécom, avec ou sans modulation horaire, et ouvrir droit aux options tarifaires de France Télécom (par exemple Forfait local, Primaliste Internet, ...) ; les opérateurs de télécommunications reversent ou non une partie du prix des communications à l'ISP ;
- certains ISP ont proposé des forfaits, pour un certain nombre d'heures mensuelles de connexion, comprenant à la fois l'accès à Internet et les communications. Il semble que cette dernière formule emporte l'adhésion des clients : à titre d'exemple France Télécom annonce que son offre dite « Intégrales », lancée en fin d'année 1999, représente 69 % des nouveaux clients au mois d'avril 2000 (« *Prospectus préliminaire* » à l'introduction en bourse de Wanadoo, page 63) ;
- certains ISP proposent également des forfaits pour l'accès à haut débit par ADSL.
- certains câblo-opérateurs proposent également des forfaits pour l'accès à haut débit : ces offres ne peuvent être fournies par des ISP indépendants des câblo-opérateurs.

Cette diversification des formules d'abonnement a sans doute contribué à la croissance du nombre d'utilisateurs d'Internet (voir § A.1.3. ci-dessous).

Club Internet, service de la société GIE/Grolier, et Wanadoo service du groupe France Télécom, sont tous deux actifs sur le marché de détail de la fourniture d'accès à Internet aux clients résidentiels et « petits professionnels » : l'accès à Internet pour cette catégorie de clients constitue, tant du point de vue de l'offre que de la demande, un marché pertinent. L'accès aux services fournis par ces ISP est réalisé soit par le réseau public commuté, soit par ADSL (cf. saisine principale de GIE/Grolier). En outre Wanadoo est également accessible par les réseaux câblés dont France Télécom assure l'exploitation commerciale, ce qui n'est pas le cas de Club Internet, ce dernier n'étant pas lié à un câblo-opérateur.

A.1.2. L'accès aux ISP

Aujourd'hui en France, le réseau local utilisé pour l'accès à Internet est, dans la très grande majorité des cas, le réseau téléphonique commuté de France Télécom, en situation de quasi monopole. D'après des informations en provenance de France Télécom le trafic d'accès commuté payé par les clients pour accéder à leur ISP pourrait passer de près de [...] de minutes à près de [...] de minutes entre 1999 et 2000, soit un revenu passant de [...] de francs à [...] de francs.

Le réseau téléphonique commuté de France Télécom est également utilisé dans le cas des offres de forfait, les ISP ou les opérateurs auxquels ils sont adossés ayant conclu soit des contrats de « collecte de trafic IP » soit des conventions d'interconnexion (cf. § A.2. ci-dessous : le marché intermédiaire).

Les opérateurs du câble proposent des offres d'accès dans plusieurs villes : France Télécom par sa filiale France Télécom Câble sur les réseaux câblés de télédistribution dont elle assure l'exploitation commerciale de même que Lyonnaise Communications et NC Numéricâble (filiale de Vivendi). Le nombre de clients est encore limité : environ 50 000 abonnés à Internet par le câble au 31 décembre 1999 et 64 000 fin mars 2000 (source : Association des villes câblées et du multimédia - Avicam), dont 21 000 pour France Télécom fin avril 2000 (source : prospectus préliminaire à l'introduction en bourse de Wanadoo, page 63).

France Télécom commercialise le service d'accès à haut débit ADSL (Netissimo) sur Paris (du 1^{er} au 6^{ème} arrondissement), Neuilly-sur-Seine, Issy-les-Moulineaux et Vanves. Elle a étendu cette offre à d'autres arrondissements de Paris et d'autres villes de France : cette extension géographique, hors de toute procédure d'homologation des tarifs, a justifié l'engagement d'une procédure de sanction par l'Autorité à l'encontre de France Télécom (article L. 36-11 du code des postes et télécommunications).

Le Conseil de la concurrence a eu à connaître de cette offre à deux reprises : d'une part dans le cadre de la saisine de la société Grolier qui a donné lieu à une décision de mesure conservatoire n° 99-MC-06 en date du 23 juin 1999 et d'autre part dans le cadre de la saisie par la société 9 Télécom qui a donné lieu à une décision de mesure conservatoire n° 2000-MC-01 du 18 février. Le nombre de clients ADSL était non significatif à la fin de 1999, et se monte à 12 500 fin avril 2000 pour France Télécom (source : prospectus préliminaire à l'introduction en bourse de Wanadoo, page 63). L'Autorité ne dispose pas d'information sur le nombre de clients ADSL des autres ISP.

Ces deux derniers modes d'accès à Internet (par le câble et par ADSL) ne constituent pas une concurrence directe avec l'accès par le réseau téléphonique commuté : ils offrent une connexion permanente à haut débit dont le prix pour le client final est de l'ordre de 300 à 450 francs toutes taxes comprises par mois, contre 100 francs toutes taxes comprises par mois pour une durée comprise entre 10 heures et 20 heures de connexion mensuelle (fonction du tarif choisi par le client) sur le réseau téléphonique commuté.

A.1.3. La croissance du marché de détail

Le tableau ci-après mentionne la progression du nombre d'abonnés aux ISP membres de l'association française des fournisseurs d'accès (AFA), ainsi que du nombre d'heures mensuelles de connexion à Internet de ces abonnés (communications téléphoniques d'accès).

	Nombre d'abonnés (milliers)	Heures de connexion (millions d'heures dans le mois)
septembre 1996	150	0,6
septembre 1997	400	3,0
janvier 1998	540	4,0
avril 1998	697	5,2
juillet 1998	802	6,1
octobre 1998	960	8,0
janvier 1999	1280	11,2
avril 1999	1500	12,9
juillet 1999	1642	14,0
octobre 1999	1950	17,0
janvier 2000	3030	25,3
avril 2000	4105	34,8

Tableau 1 : volumes du marché de l'accès commuté à Internet
(source : AFA)

La valeur du marché de détail de l'accès à Internet peut être estimée comme la somme du chiffre d'affaires des communications d'accès et de celui généré par les abonnements aux fournisseurs de services Internet. Le tableau suivant fournit les valeurs évaluées par l'Autorité, sur la base des volumes du tableau 1 ci-dessus et de recettes unitaires estimées. Ne sont pas évalués ici les revenus des ISP issus de la publicité et du commerce électronique.

L'estimation du chiffre d'affaires des ISP pour 1999 ne tient pas compte de l'émergence des offres d'accès à Internet sans abonnement payant ; du fait de la part croissante de ces offres sur la totalité des nouveaux utilisateurs d'Internet, les prévisions pour 2000 n'ont pas été réalisées.

	Communications d'accès		Abonnements aux ISP
	Millions de francs	Millions de minutes	Millions de francs
1997	350		340
1998	900	4 976	780
1999	1 950	12 600	1300
2000 (prévisionnel)	3 550	23 700	-

Tableau 2 : valeur du marché de l'accès commuté à Internet
(estimations ART)

A.1.4. Conclusion sur le marché pertinent et la position de France Télécom sur ce marché

Compte tenu de l'activité des entreprises en cause, le marché pertinent est, d'une part, celui de la fourniture d'accès individuels (ménages et professionnels) à Internet des ISP et, d'autre part, des communications téléphoniques vers à l'ISP.

Sur le premier sous-ensemble de ce marché (activité d'ISP), le groupe France Télécom est en position de force, sinon en position dominante : il est vraisemblable que Wanadoo réalise une part de marché égale à celle des dix autres ISP les plus actifs.

Sur le deuxième sous-ensemble, il n'est pas douteux que France Télécom soit en position dominante. D'après les informations fournies par les opérateurs dans le cadre de l'enquête

annuelle relative à la désignation des opérateurs exerçant une influence significative sur les marchés de télécommunications, France Télécom acheminait directement la quasi totalité des communications d'accès à Internet en 1999 ; d'après les prévisions 2000, les opérateurs concurrents achemineraient près de 6 % de ces communications du fait des offres d'interconnexion proposées par France Télécom.

Ainsi, considérant le marché global, le groupe France Télécom est en position dominante sur le marché de l'accès à Internet pour les particuliers. Le fait que ces services soient fournis par des entités juridiques différentes au sein du même groupe ne semble pas remettre en cause cette analyse. France Télécom souligne d'ailleurs les avantages issus de l'intégration des activités du groupe dans son « *Prospectus préliminaire à l'introduction en bourse de Wanadoo* » en mettant en avant, pour le nouveau groupe Wanadoo, les « *synergies fortes avec France Télécom, (...) sur le plan de la distribution, (...) le savoir faire marketing, (...), l'infrastructure IP de France Télécom (...), le réservoir de savoir professionnel de France Télécom et (...) sa présence internationale en tant qu'opérateur de téléphonie fixe, mobile et du câble* ».

A.2. Le marché intermédiaire

Le marché intermédiaire est constitué par les éléments de réseaux nécessaires aux opérateurs et/ou aux ISP pour fournir les services d'accès à Internet aux clients finals. Ces éléments sont : la boucle locale sous forme d'interconnexion, le transport IP et la connectivité au réseau mondial Internet.

A.2.1. La boucle locale

La boucle locale à bas débit

Comme cela a été mentionné au § A.1. ci-dessus, la majorité des utilisateurs d'Internet se connectent à leur ISP par le réseau téléphonique commuté, à bas débit. A partir de 1999, certains ISP ont installé leurs équipements sur les réseaux d'opérateurs autres que France Télécom. Des solutions d'interconnexion ont par conséquent été mises en œuvre entre France Télécom et ces opérateurs, afin que les utilisateurs puissent accéder aux services de leur ISP.

Il existe deux formes principales d'interconnexion : l'interconnexion directe et l'interconnexion indirecte.

Dans le cas de l'interconnexion directe, France Télécom paie aux opérateurs alternatifs une charge de terminaison d'appel pour les appels entrant sur leur réseau à destination de numéros géographiques d'ISP. Cette charge d'interconnexion a été fixée par l'Autorité à 3,8 centimes par minute, dans le cadre d'un règlement de différend entre France Télécom et Cégétel Entreprise (décision n° 99-539 du 18 juin 1999). Depuis, cette valeur a servi de référence pour l'ensemble des opérateurs.

Il existe également des accords d'interconnexion directe vers des numéros non géographiques de la forme 08 60 PQ MC DU. Les conditions techniques et tarifaires de ce type d'accord n'ont pas donné lieu à publication.

Dans les cas d'interconnexion directe, France Télécom fixe le prix de détail de la communication.

Dans le cas de l'interconnexion indirecte, les opérateurs alternatifs paient à France Télécom une charge d'interconnexion pour l'acheminement des communications leur point de

présence. Plusieurs formes d'interconnexion indirecte existent, fonction du tarif et du mode de facturation du client final :

- l'interconnexion indirecte vers des numéros non géographiques de la forme 08 60 PQ MC DU et 08 68 PQ MC DU non facturé par France Télécom (l'appelant est facturé par l'opérateur interconnecté ou l'ISP) : les conditions techniques et financières figurent au catalogue d'interconnexion de France Télécom pour l'année 2000 (pages 34 et 35). Dans ce cas, le prix de détail de la communication est fixé par les opérateurs alternatifs interconnectés ;
- l'interconnexion indirecte vers des numéros non géographiques de la forme 08 60 PQ MC DU facturé au client final avec facturation de la part de France Télécom pour le compte de l'opérateur : les conditions techniques et financières de ce type d'interconnexion figurent dans la décision de l'Autorité n° 00-489 du 26 mai 2000, se prononçant sur un règlement de différend entre 9 Télécom et France Télécom ; le prix payé par le client final est celui du tarif local de France Télécom y compris les options tarifaires compatibles avec l'accès à Internet (décrite en pages 11-12 de la décision précitée).

L'interconnexion indirecte permet une maîtrise des capacités d'interconnexion et une diversification des offres de détail grâce à la liberté qu'elle procure aux opérateurs alternatifs en terme d'innovation marketing. Cependant, la pérennité de la prestation de facturation pour compte de tiers, issue du règlement du différend précité, n'est pas définitivement acquise, cette question étant actuellement à l'étude dans le cadre des discussions pour le catalogue d'interconnexion de France Télécom pour 2001.

France Télécom fait également des offres de collecte de trafic aux ISP dont les installations sont raccordées à son réseau, offres différenciées en fonction du prix payé par le client final. Ces offres de tarifs sont liées à des offres de collecte de trafic IP proposés à ces mêmes ISP (voir ci-dessous §A.2.2). Ces tarifs sont :

- pour les numéros de la forme 08 60 88 MC DU : gratuite pour l'appelant (payé par l'ISP)
- pour les numéros de la forme 08 60 00 MC DU : tarif local de France Télécom (crédit temps, heures pleines, heures creuses, options tarifaires Internet), ouvrant droit à intéressement de l'ISP en fonction du trafic réalisé par les clients de l'ISP (jusqu'à 3,5 centimes par minute pour les tranches les plus élevées) ;
- pour les numéros de la forme 08 68 88 MC DU : tarifs supérieurs au tarif local Internet, sans modulation horaire et hors options tarifaires, avec intéressement des ISP.

La boucle locale à haut débit

A ce jour, seule la technologie ADSL est disponible sur le marché intermédiaire de la boucle locale à haut débit. Les réseaux de boucle locale radio ne sont pas encore construits et les opérateurs du câbles réservent leur réseau à leurs propres ISP (Noos pour Lyonnaise Câble, Wanadoo pour France Télécom, etc.).

L'offre ADSL aux ISP fait suite à la décision de mesures conservatoires du Conseil de la concurrence 99-MC-06 du 23 juin 1999, dans le cadre de la saisine principale de la société GIE/Grolier, dont la présente saisine constitue un complément. Suite à une période expérimentale, l'offre Turbo IP est disponible pour les ISP depuis octobre 1999.

Dans son avis 99-582 en date du 7 juillet 1999, relatif aux projets de décision tarifaire de France Télécom Netissimo et Turbo IP, l'Autorité soulignait que ces offres devaient être

conditionnées non seulement à des prestations permettant aux ISP autres que Wanadoo de faire des offres à leurs clients, mais également à des offres permettant à des opérateurs tiers d'intervenir sur le marché.

Suite à une saisine de la société 9 Télécom, le Conseil de la concurrence a adopté une décision de mesures conservatoires n° 00-MC-01 du 18 février 2000, confirmée par un arrêt de la Cour d'Appel de Paris du 30 mars 2000 enjoignant France Télécom de proposer aux opérateurs tiers une offre technique et commerciale d'accès au à ADSL, dans un délai de 8 semaines (offre dite « option 3 » du dégroupage). France Télécom a fait une offre ATM dont les expérimentations devaient être en cours pendant l'été 2000.

En ce qui concerne le dégroupage de la boucle locale proprement dit (offre dite « option 1 »), des travaux sur le cadre juridique sont en cours tant au niveau national qu'au niveau européen. En outre, d'un point de vue technique, des expérimentations sont en cours depuis le 3 juillet 2000.

Conclusion sur la position de France Télécom sur le marché intermédiaire de la boucle locale

Ainsi on constate que :

- l'accès aux ISP par la boucle locale du réseau téléphonique demeure le seul accès réellement significatif pour la clientèle résidentielle et des petits professionnels ;
- pour l'accès à bas débit ou à haut débit, le recours au réseau de France Télécom est incontournable.

Ainsi, France Télécom est non seulement en position dominante, mais en position de quasi monopole sur ce marché intermédiaire.

A.2.2. Le transport de données IP

Jusqu'en décembre 1999, Transpac, filiale de France Télécom, assurait la connexion de la plupart des ISP disposant d'un numéro non géographique accessible par les clients au tarif d'une communication locale ; le chiffre d'affaires de Transpac se montait à presque 6 milliards de francs en 1998 et à plus de 7 milliards de francs en 1999 (source : résultats de Transpac déposés au greffe du tribunal de Commerce).

La croissance, de 24 % de 1997 à 1998, due pour une part importante à la croissance du trafic IP, s'est trouvée ralentie en 1999 par rapport à 1998 à 18 %. Ce phénomène est sans doute dû en partie à la croissance de la concurrence sur ce segment de marché (voir ci-dessous), mais également au fait que le groupe France Télécom a réalisé un transfert de l'activité de transport IP de Transpac vers sa maison mère qui fournit désormais une offre de collecte de trafic IP sur le réseau dit IP 2000. La date à laquelle se transfère s'est produit n'est pas connu de façon certaine par l'Autorité. Par exemple, pour ce qui concerne les relations entre France Télécom et France Télécom Interactive, le rapport annuel 1999 de France Télécom indique que l'offre de collecte de trafic IP pour le compte de Wanadoo a été mise en place à partir de février 1999 (page 41) ; le « *Prospectus préliminaire* » à l'introduction en bourse de Wanadoo indique que la relation directe entre France Télécom et France Télécom Interactive date du 31 décembre 1999 (page 92).

L'Autorité ne dispose pas d'information sur l'ampleur de l'activité de collecte de trafic IP vis-à-vis de clients ISP autres que Wanadoo.

D'autres opérateurs fournissent des services équivalents, tels que Cégétel/Télécom Développement, Siris, ISDnet, MCI-Worldcom, 9 Télécom, etc.

L'Autorité ne dispose pas de données publiques sur l'ampleur de l'activité de ces entreprises sur ce segment de marché. Mais, compte tenu des accords d'interconnexion entre France Télécom et ces opérateurs pour l'acheminement de trafic Internet vers des ISP installés sur leur réseau, il n'est pas douteux que la concurrence a commencé à se développer sur ce segment du marché intermédiaire, dans le courant de l'année 2000.

A.2.3. Les infrastructures

France Télécom intervient par ailleurs comme principal fournisseur de l'ensemble des opérateurs de transport de données et des ISP, à travers ses liaisons louées. Le chiffre d'affaires global des liaisons louées en France en 1999 est de l'ordre de 10 milliards de francs et de 11 milliards de francs en 2000 (estimations ART), toutes catégories comprises ; France Télécom réalisant environ 90 % de ce chiffre d'affaires. La concurrence sur ce segment du marché reste donc limitée, notamment géographiquement, sauf à Paris et sur quelques grands axes nationaux et internationaux.

A.3. La position globale du groupe France Télécom sur le marché de l'accès à Internet

Certains éléments publics laissent penser que France Télécom et France Télécom Interactive, filiale à 100 % de France Télécom, constituent, en matière de services d'accès à Internet, une seule et même entité du point de vue de la prise de décisions stratégiques et marketing : France Télécom se présente ainsi comme la « Net Compagnie ».

Jusqu'à la mise sur le marché du nouveau groupe « Wanadoo », le président de France Télécom Interactive était également le directeur de la division « Multimédia » de la branche « Grand public » de France Télécom.

D'après les informations fournies par France Télécom lors de la mise sur le marché de ces activités dans son « *Prospectus préliminaire* », il apparaît que le fonctionnement intégré entre France Télécom maison-mère et de la nouvelle entité ne sera pas modifié (voir notamment pp. 52 et suivantes, § 4.2.). Les dirigeants et administrateurs du nouveau groupe exercent également des fonctions de direction au sein de France Télécom (cf. p.187).

Le groupe France Télécom demeure donc la seule entité en mesure d'assurer, de façon indépendante et sur l'ensemble du territoire, la fourniture de tous les segments d'offres nécessaires aux services d'accès à Internet.

Il semble donc à l'Autorité que les griefs soulevés par la société plaignante doivent être examinés au regard du comportement du groupe France Télécom dans son ensemble et non pas de la seule société France Télécom Interactive ou du nouveau groupe Wanadoo.

B. Les griefs de GIE/OL en matière d'« octroi de subventions occultes »

Dans sa saisine, GIE/OL suspecte France Télécom de faire bénéficier Wanadoo de « subventions occultes ».

Dans cette catégories de griefs, GIE/OL situe des comportements qui semblent relever de natures différentes : d'une part l'utilisation de la marque France Télécom pour la promotion de Wanadoo qui relèvent de « subventions immatérielles » (B.1), d'autre part le bénéfice des campagnes publicitaires de France Télécom pour Wanadoo qui pourraient constituer de

véritables « subventions croisées » (B.2), enfin le bénéfice de certains services pour les seuls clients d'autres services de France Télécom (B.3).

Or de tels comportements ou de tels financements pourraient révéler des pratiques contraires au respect des principes de concurrence loyale lorsqu'elles sont le fait d'une entreprise en position dominante qui subventionne une activité réalisée sur un marché connexe même lorsque ce dernier n'est pas lui-même dominé.

B.1. Utilisation de la marque de France Télécom

GIE/OL stigmatise l'utilisation de la marque et du nom France Télécom notamment pour tout ce qui concerne la promotion de Wanadoo : publicité, brochures, emballages, site Internet de Wanadoo et de France Télécom, moteur de recherche, etc. En particulier, GIE/OL relève la promotion faite par France Télécom, à partir de son site Internet, pour ses services de contenus spécialisés pour les écoles, accessibles par Wanadoo, et pour l'accès facilité à son portail « Voilà » à partir de ce même site.

Il est difficile d'apprécier de façon précise et quantifiables les effets d'un tel comportement sur les clients et donc sur la concurrence, quand il s'agit par exemple d'assimilation de la qualité de service de France Télécom à celle de France Télécom Interactive.

Le Conseil de la concurrence s'est prononcé sur ce type de comportements de la part d'entreprises en position dominante mais, à la connaissance de l'Autorité, seulement dans le cadre d'avis, notamment l'avis n° 94-A-15 en date du 10 mai 1994, relatif à la diversification des activités d'EDF et de GDF au regard de la concurrence : *« L'image des deux établissements publics (i.e. EDF et GDF) est, en l'espèce, un avantage immatériel important pour les filiales qui leur sont rattachées puisque souvent cette bonne notoriété repose sur des appréciations de sérieux, de fiabilité ou de sécurité avec des garanties d'universalité et de continuité. (...) Il ressort donc que toute filiale d'EDF ou de GDF, dès lors qu'elle utilise son appartenance au groupe public comme argument technique, financier ou commercial, bénéficie d'atouts de nature à fausser le jeu de la concurrence sur le marché sur lequel elle exerce son activité ».*

Il appartient au Conseil d'examiner si les faits rapportés par la société GIE/OL constituent des comportements qui relèvent d'une synergie normale entre une maison mère et sa filiale ou s'ils sont de nature à fausser le jeu de la concurrence.

B.2 Campagnes publicitaires « signées » France Télécom

Outre des prestations « immatérielles » telles que mentionnées au paragraphe ci-dessus, la saisine de GIE/OL relève l'existence de prestations matérielles entre France Télécom et France Télécom Interactive, au rang desquelles GIE/OL place les prestations de publicité pour Wanadoo « signées » France Télécom.

Si les campagnes de publicité réalisées pour promouvoir Wanadoo étaient réalisées et financées par France Télécom, il conviendrait que ces prestations donnent lieu à rémunération de France Télécom par France Télécom Interactive et à des conventions entre les deux sociétés explicitant les conditions de ces relations, conformément d'une part au droit des sociétés (article 101 de la loi n° 66-537 du 24 juillet 1966) et d'autre part à l'article 13.3.b de du cahier des charges annexé à l'arrêté du 12 mars 1998 portant autorisation de France Télécom. En conséquence, il devrait exister plusieurs conventions entre France Télécom et FTI notamment en ce qui concerne la publicité (presse, affichage, radio, TV) et toute forme de

promotion (publicité sur lieu de vente – PLV –, salons, ...) réalisée par France Télécom pour le compte de Wanadoo.

Par un courrier en date du 10 mai 2000, le Président de l'Autorité a demandé à France Télécom de lui communiquer toutes les conventions régissant les rapports entre France Télécom et France Télécom Interactive, et notamment celles relatives à la publicité et à la promotion de Wanadoo.

France Télécom, en réponse à ce courrier, en date du 31 mai 2000, a transmis plusieurs conventions : aucune ne traite explicitement de la publicité. En l'absence de convention, l'Autorité est conduite à penser que les campagnes de publicité sont directement prises en charge par France Télécom Interactive : cet élément devra être vérifié par le Conseil.

Toutefois, l'accord cadre relatif à la commercialisation de Wanadoo dans les agences de France Télécom, en date du 1^{er} juin 1997 (cf. § C. relatif à l'utilisation du réseau des agences commerciales de France Télécom ci-dessous), mentionne [...]. Mais aucun élément de coût, de rémunération ou de transferts de charges entre les parties ne figure dans cet accord ni dans les annexes ou avenants transmis.

Ainsi malgré sa demande, l'Autorité ne dispose pas d'information lui permettant de connaître les sources de financement des campagnes publicitaires ni des autres actions visant à promouvoir Wanadoo ou les autres produits et services de France Télécom Interactive (Voilà, @près l'école, etc.).

Le coût de ces actions n'est pas identifiable non plus à ce stade : seuls sont connus les coûts commerciaux globaux. Ces derniers figurent dans le « *Prospectus préliminaire* » pour les années 1997, 1998 et 1999 (cf. pp 124, 129 et 138). En outre, à partir de ces informations, l'Autorité n'est pas en mesure de savoir si France Télécom supporte certains coûts de publicité pour le compte de Wanadoo sans que ces derniers soient repris à la charge de France Télécom Interactive.

Afin de déterminer l'éventuelle existence de subventions croisées en matière de publicité entre France Télécom et France Télécom Interactive, le Conseil pourrait retracer les coûts de publicité dans la comptabilité de France Télécom Interactive, notamment pour l'année 1999, et les comparer, d'une part, avec les actions de publicité engagées pour les produits et services inclus dans son périmètre (dont Wanadoo) et, d'autre part, avec la pratique du secteur en ce qui concerne le niveau de ces coûts.

B.3. Réserve de certains services aux clients d'autres produits ou services de France Télécom

Il convient de distinguer au sein de ces griefs avancés par le plaignant ceux qui relèvent de la réserve effective de certains services aux clients d'autres services de France Télécom et ceux qui relèvent de comportements commerciaux de France Télécom dans la relation entretenue avec les clients.

B.2.1. Réserve effective de certains services : les trois cas mentionnés dans la saisine

La réserve effective de services au seul bénéfice de clients d'autres services du groupe France Télécom est contraire à l'obligation d'accès à son réseau (fixe et mobile) auquel France Télécom est tenu du fait de sa situation d'opérateur exerçant une influence significative sur le marché des télécommunications (lorsque cela est techniquement possible). Le cas de l'ADSL également mentionné dans la saisine n'est pas abordé ici puisqu'il est traité dans le cadre de la saisine initiale de GIE/OL.

Webphone

Le Webphone est un terminal développé par des équipementiers pour l'accès à Internet, sans fonction micro-ordinateur : c'est une sorte de « Minitel » adapté à l'Internet. Il est commercialisé notamment dans les agences de France Télécom et à la FNAC.

La saisine de GIE/OL mentionne le fait que ce terminal inclut, dès la vente, la programmation d'accès à Internet par Wanadoo (cf. notice Alcatel jointe dans les annexes de la saisine). Cela n'empêche pas l'accès à Internet par un autre ISP que Wanadoo, mais cela requiert une démarche supplémentaire de la part du client, probablement novice au moment de l'achat d'un terminal de cette sorte. L'installation *a priori* de Wanadoo est donc une incitation certaine à l'abonnement à Wanadoo ⁽¹⁾.

L'Autorité ne dispose pas, à ce stade, d'informations relatives au nombre de terminaux ainsi préconfigurés par rapport au nombre de terminaux construits (notamment ceux de Matra Nortel) ou vendus.

Il appartient au Conseil d'examiner si une telle offre constitue, de la part de France Télécom, une vente liée prohibée au titre de l'article 8 alinéa 4 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986, de se prononcer sur la gravité d'un tel comportement, et éventuellement, de la responsabilité qui pourrait incomber aux constructeurs de terminaux ainsi préconfigurés. La facilité de la modification du fournisseur d'accès et de la page d'accueil à partir d'un terminal préconfiguré peut être un élément important de cette analyse.

Toutefois, ce type d'équipement ne paraît pas constituer un terminal très répandu dans l'équipement des ménages, notamment du fait de son prix relativement élevé (Le Web Touch One d'Alcatel est vendu 3 490 francs toutes taxes comprises dans les agences de France Télécom) par rapport aux services rendus et au prix actuel des micro-ordinateurs.

Accès à Internet par Minitel

L'accès à Internet par Minitel ne semble pas constituer aujourd'hui un mode d'accès de l'avenir :

- passant par l'architecture du réseau télématique de France Télécom (PAVI de France Télécom, réseau X25 de Transpac, passerelle IP chez l'IAP), l'accès à Internet par Minitel ne permet pas d'accéder à toutes les fonctionnalités d'Internet, mais seulement au mode texte ; il est à noter que les services du Kiosque Micro sont également accessibles par micro-ordinateur.
- les services sont très chers (identiques à ceux de la télématique traditionnelle - rubrique A 718 du catalogue des prix de détail de France Télécom) : le prix est sans commune mesure avec les pratiques existantes dans le secteur de l'Internet (quasi gratuité des informations, notamment).

Les IAP/ISP, et donc GIE/OL peuvent installer leurs équipements sur le réseau de Transpac, avec une numérotation en 08 36 01 MC DU : les ISP aujourd'hui intéressés par ce type d'accès à Internet doivent être en nombre assez limité. De plus, aucun opérateur n'est disposé aujourd'hui à développer un réseau X25 sur l'ensemble du territoire pour proposer ce type

⁽¹⁾ Il est à noter que les micro ordinateurs actuellement sur le marché incluent pour la plupart la programmation d'accès à Internet par un ou plusieurs ISP. Cette pré-programmation n'empêche pas la reconfiguration du système pour accéder à un ISP autre que ceux déjà programmés.

d'accès qui est, chronologiquement, le premier fourni par France Télécom. Il semble que France Télécom, lors du lancement de ces services, comptait faire perdurer sur Internet le système à revenu partagé avec facturation pour compte de tiers (système kiosque) qui a fait le succès de la télématique.

Cette exclusivité, issue de l'histoire, ne pourrait constituer un abus de position dominante que si le succès commercial du Kiosque Micro accessible par Minitel était de nature à détourner les utilisateurs des autres formes d'accès à Internet. L'Autorité ne dispose pas d'informations chiffrées sur cette question.

Services de messagerie Internet sur les mobiles

La saisine indique que seuls les clients abonnés à la fois à Wanadoo et à Itinériss peuvent consulter leurs messages électroniques sur les mobiles.

Il s'agit de fonctionnalités fournies à la fois par les ISP et par les opérateurs mobiles, qui nécessitent la conclusion de conventions entre opérateurs et ISP. Du fait de leur notification comme organismes exerçant une influence significative sur le marché de détail de la téléphonie mobile pour 2000 (cf. décision de l'Autorité n° 99-823 du 30 septembre 1999), Itinériss et SFR sont tenus de répondre aux demandes raisonnables d'accès à leur réseau pour la fourniture de ce type de service.

En cas de refus d'accès ou de litige, une procédure de règlement des différends pourrait être engagée devant l'Autorité. Une question similaire est actuellement à l'étude au sein de l'Autorité, notamment du fait de l'émergence récente des services « WAP » permettant l'accès à des services de type Internet par les réseaux mobiles.

B.3.2. Comportement des agents de France Télécom

D'autres griefs relèvent du comportement des agents de France Télécom : d'après la saisine de GIO/OL ces derniers présenteraient les options tarifaires du service téléphonique (Forfait local, Forfait libre @ccès, Primaliste, Primaliste Internet, notamment pour les clients résidentiels) comme disponibles aux seuls abonnés de Wanadoo.

Comme cela a été rappelé dans le paragraphe A.2.1. du présent avis, les options tarifaires de France Télécom sont disponibles pour les clients des ISP tiers dans les cas d'interconnexion directe et d'interconnexion indirecte avec facturation pour compte de tiers lorsque les ISP sont raccordés à des opérateurs alternatifs et dans certains cas de collecte de trafic IP pour les ISP raccordés au réseau de France Télécom. L'Autorité a toujours été vigilante sur le caractère non discriminatoire des tarifs de détail, quel que soit l'ISP. Par ailleurs, le catalogue des prix de détail de France Télécom liste, pour chaque option tarifaire, les numéros avec lesquels ces offres sont compatibles.

L'Autorité a connaissance des faits rapportés par GIO/OL dans sa saisine : l'Autorité a été en effet contactée, notamment par téléphone à la fin de 1999 et au début de 2000, par des opérateurs, des ISP ou par leurs clients qui s'étaient vu refuser à tort, de la part de France Télécom, le bénéfice des options tarifaires auxquelles ils avaient souscrit pour le trafic à destination de numéros géographiques ou non géographiques d'ISP. En général, ce refus des agences a été corrigé sur intervention amiable des services de l'Autorité.

L'Autorité n'est pas en mesure d'évaluer la fréquence d'un tel comportement de la part des agences de France Télécom. Il appartient au Conseil de la concurrence d'estimer la gravité

d'un tel comportement notamment dans le cas où il serait généralisé, ce qui constituerait un facteur de discrimination entre Wanadoo et les services des autres ISP.

C. Utilisation du réseau des agences de France Télécom pour la commercialisation de Wanadoo

GIE/OL met en cause la « désécialisation » des agences commerciales de France Télécom, conçues à l'origine pour la vente du service téléphonique et qui sont utilisées à ce jour massivement pour la commercialisation d'Internet. Il s'agit de la vente directe en agence mais également des renseignements par téléphone puisque France Télécom incite ses clients à contacter le 10 14 et le 10 16 (numéros attribués par l'Autorité à France Télécom pour son service après vente et commercial – décision n° 97-108) pour obtenir des renseignements commerciaux sur ces services.

Wanadoo est commercialisé notamment dans le réseau des 700 agences et points de vente de France Télécom (cf. « *Prospectus préliminaire* » p. 53) et s'appuie sur les centres d'appels (plate formes d'accueil client) qui regroupent 1500 personnes dont 550 dans les centres d'appels de France Télécom (cf. « *Prospectus préliminaire* » p. 64).

Comme cela a été rappelé au paragraphe B.2. ci-dessus, des conventions relatives à ces prestations réalisées par France Télécom pour le compte de France Télécom Interactive doivent être conclues entre les parties, afin de garantir la transparence des relations entre les entités du groupe.

Suite au courrier du 10 mai 2000 précité, l'Autorité a eu communication de l'accord cadre couvrant les prestations de commercialisation réalisées par France Télécom pour France Télécom Interactive : la rémunération de France Télécom prend la forme de [...] . En revanche, France Télécom n'a pas mentionné ni transmis de convention relative aux prestations réalisées par les centres d'appels de France Télécom.

Pour les années 1998 et 1999, les commissions versées par France Télécom Interactive à France Télécom étaient fixées entre [...] et [...] francs hors taxes, en fonction des modalités de la prescription réalisée par l'agence (remise d'un formulaire d'abonnement, vente de l'abonnement en agence, installation chez le client, etc.). Un avenant de janvier 2000 porte ces montants entre [...] et [...] francs hors taxes, cette diversification étant apparemment due à la diversification d'une part des catégories d'abonnement (gratuit, payant, intégral, etc) disponibles pour le client final et du type de prescription.

Par ailleurs l'Autorité dispose d'informations publiques sur les coûts de commercialisation « *essentiellement constitués des frais de publicité, des commissions versées aux réseaux de distribution (y compris le réseau des points de vente de France Télécom), des coûts dédiés à la structure d'acquisition (utilisation de centres d'appels France Télécom pour les nouveaux abonnements et pour les changements d'abonnement) et des coûts de marketing* » (*Prospectus préliminaire*, p. 129).

Or, les différentes informations disponibles ⁽²⁾ révèlent des difficultés manifestes d'interprétations, comme le montre l'analyse suivante portant sur l'année 1999 :

- coûts commerciaux de Wanadoo : 159 millions d'euros soit environ 1 milliard de francs,
- nombre de nouveaux clients Wanadoo : 800 770 ;
- coût d'acquisition d'un client : 100 euros soit environ 650 francs.

⁽²⁾ Sources : *Prospectus préliminaire* (pages 91 et 129) et convention entre France Télécom et France Télécom Interactive de commercialisation de Wanadoo dans les agences commerciales de France Télécom.

- montant de la commission par prescription d'abonnement : [...] francs ;
- commission totale versée à France Télécom : 1,6 millions d'euros, soit environ 10 millions de francs.

On peut donc estimer que le coût d'acquisition des clients en 1999 représente environ 500 millions de francs, soit la moitié des coûts totaux de commercialisation de l'année.

Selon que l'on estime à [...] francs ou [...] francs la commission par abonnement prescrit, conformément aux tarifs figurant dans la convention de commercialisation précitée, on en conclut que France Télécom a placé entre [...] et [...] abonnements à Wanadoo en 1999, soit entre [...] % et [...] % des nouveaux clients. Considérant que France Télécom dispose de 700 points de vente, cela représente entre [...] et [...] contrats nouveaux en moyenne par agence, soit entre [...] et [...] contrat placé par jour ouvrable. Ce chiffre paraît faible au regard des moyens marketing mis en œuvre dans les agences.

La convention précitée prévoyant, dans son article 6, une clause dite « du réseau le plus favorisé », la rémunération des autres réseaux de distribution devrait être équivalente, à service égal, à celle des agences de France Télécom. Le placement d'abonnements nouveaux devrait donc être comprise entre [...] millions de francs et [...] millions de francs au total, selon que France Télécom commercialise [...] % ou [...] % des nouveaux contrats. Dans ce cas, le placement de nouveaux abonnements représenterait de [...] % à [...] % des coûts commerciaux affectés à l'acquisition de nouveaux abonnés et de [...] % à [...] % du total des coûts commerciaux.

Dans ce cas, il serait surprenant que France Télécom cite les « *commissions versées aux réseaux de distribution (y compris le réseau des points de vente de France Télécom)* » parmi les premiers postes des coûts commerciaux, comme cela est le cas (voir citation du « *Prospectus préliminaire* » ci-dessus).

Du fait de ces éléments, on peut dès lors s'interroger sur l'équivalence de traitement des réseaux de distribution : dans le cas où France Télécom Interactive rémunérerait le réseau de France Télécom dans des conditions moins favorables que les autres réseaux de distribution, cela pourrait constituer une pratique de subventions croisées visant à minorer les coûts commerciaux de France Télécom Interactive, pratique qui pourrait être constitutive d'un abus de position dominante.

Il appartient au Conseil de vérifier les informations fournies par France Télécom (niveau de rémunération du réseau des agences de France Télécom et des autres canaux de distribution, segmentation des coûts commerciaux entre les différents postes tels que publicité, acquisition de clientèle, service après-vente, et marketing) et de les comparer à la pratique du secteur afin de déterminer si le comportement commercial du groupe France Télécom peut constituer des subventions croisées entre France Télécom et France Télécom Interactive, prohibées au regard de l'article 8 de l'ordonnance du 1^{er} décembre 1986.

D. Détournement de clientèle par des moyens illicites et déloyaux

D.1. Dénigrement

GIE/OL fait état d'un comportement systématique de dénigrement de la part des agents de France Télécom, notamment à l'occasion de leur abonnement à des options tarifaires de France Télécom spécialisées pour les communications d'accès à Internet. Le dénigrement est une pratique interdite *per se* par le droit de la concurrence, *a fortiori* lorsqu'elle est pratiquée

par une entreprise en position dominante, ce qui est indéniablement le cas de France Télécom sur le marché de l'accès aux ISP par le réseau téléphonique commuté.

L'Autorité avait eu connaissance de ce type de griefs, lors des « tables rondes » qu'elle a organisées en 1999 avec les opérateurs, les ISP et les associations de consommateurs dans le cadre de la concertation relative à la tarification de l'accès commuté à Internet. Cette pratique avait été dénoncée par certains ISP présents. Ces derniers avaient suggéré la possibilité d'être mandatés par leurs clients pour s'abonner à ces options tarifaires afin de limiter les contacts entre leurs clients et France Télécom et donc les risques de détournement de clientèle lors de ces prises d'abonnement.

Il appartient au Conseil de se prononcer sur les effets d'un tel comportement dans le cas où il révélerait une pratique courante des agences de France Télécom.

D.2. Utilisation des fichiers d'abonnés au téléphone et d'informations confidentielles

D.2.1. Utilisation des fichiers d'abonnés et de la « Lettre de France Télécom »

GIE/OL fait grief à France Télécom d'avoir utilisé la « Lettre de France Télécom » d'août/septembre 1998 comme support publicitaire de Wanadoo. Ce document est une brochure jointe aux factures bimestrielles et adressée par France Télécom à tous ses abonnés au téléphone fixe, y compris ceux inscrits en « liste rouge » (abonnés refusant de figurer dans les annuaires) et en « liste orange » (abonnés refusant la commercialisation à des fins de démarchage des données à caractère personnel les concernant). Seule France Télécom a la capacité matérielle de joindre l'ensemble de ses abonnés, puisque les fichiers qu'elle commercialise sont expurgés de ces deux listes (article R.10-1 du code des postes et télécommunications).

Si un tel comportement n'enfreint pas de dispositions spécifiques du code des postes et télécommunications, il paraît cependant à l'Autorité qu'une telle utilisation de la « Lettre de France Télécom » à des fins publicitaires pour des services extrêmement concurrentiels est de nature à porter atteinte aux conditions d'une concurrence loyale sur le marché de l'accès à Internet, vis-à-vis des autres ISP. Cet avantage résulte à la fois du fait que France Télécom adresse cette publicité à ses abonnés de manière jointe aux factures bimestrielles, et donc à un coût très inférieur à celui qui serait supporté par un autre opérateur pour une publicité équivalente, et du fait que France Télécom est le seul opérateur à disposer d'une liste complète des abonnés au téléphone fixe. En outre, les coûts d'une telle publicité sont vraisemblablement à la charge de France Télécom et non de France Télécom Interactive, ce qui, si cela s'avérait, pourrait constituer une subvention de France Télécom au profit de France Télécom Interactive.

Ce raisonnement a été développé par l'Autorité dans sa décision n° 98-826 en date du 2 octobre 1998, relative à la demande de Cégétel visant à ce que France Télécom soit mise en demeure de cesser certaines pratiques.

Suite à une saisine en référé du tribunal de Commerce de Paris par Cégétel sur l'utilisation de la « Lettre de France Télécom » à fin publicitaire pour ses services mobiles, la Cour d'Appel de Paris a ordonné à France Télécom de cesser la diffusion de sa « Lettre » de mai/juin 1998, par un arrêt du 1^{er} septembre 1998. De l'arrêt de la Cour d'Appel ont peut notamment relever les points suivants :

- « le fichier des abonnés au service public de téléphonie constitue pour France Télécom une facilité essentielle » ;

- « l'utilisation de cette facilité essentielle par France Télécom pour une finalité autre que l'exploitation du service de téléphonie fixe crée un grave désavantage dans la concurrence pour les autres opérateurs du marché concerné » ;
- « la diffusion de cette brochure, par un tel mode opératoire [*c'est-à-dire jointe aux factures*] constitue un trouble manifestement illicite (...) ».

Une injonction identique a été prononcée par une ordonnance de référé du Tribunal de Commerce de Paris en date du 21 septembre 1998, qui avait été également saisi par Cégétel à propos de l'édition de septembre/octobre 1998 de cette même « Lettre », qui fait l'objet du grief relevé par GIE/OL dans la présente saisine.

D.2.2. Utilisation des données de facturation à des fins de démarchage

GI/OL fait également grief à France Télécom d'utiliser au cours de ses démarchages commerciaux, les données de facturation des clients, afin de les détourner de leur ISP au profit de Wanadoo : en effet, les données de facturation permettent d'identifier le numéro de l'ISP du client de France Télécom. Quelques témoignages sont fournis dans les pièces annexes à la saisine (Annexe n° 50 de la saisine).

L'utilisation des données de facturation à des fins de démarchage auprès des clients est interdite par l'article 6.3. de la directive 97/66/CE concernant le traitement des données à caractère personnel et la protection de la vie privée dans le secteur des télécommunications du 15 décembre 1997, même lorsqu'elle est le fait de l'opérateur lui-même et sauf manifestation explicite du consentement du client. Cette disposition n'est pas encore transposée en droit français, où les données de facturation sont traitées comme les autres données à caractère personnel (nom, adresse, numéro, activité, etc) : l'utilisation et la commercialisation de ces données sont permises sauf en cas d'opposition explicite du client.

Indépendamment de l'application du droit spécifique des télécommunications, une telle utilisation par France Télécom de ces données, accessibles exclusivement par elle, pourrait être constitutive d'un abus de position dominante si le démarchage ciblé, s'appuyant sur les données de facturation des clients du service téléphonique de France Télécom, se révélait une pratique récurrente de l'opérateur, ayant pour objet ou pour effet de détourner certains clients de l'ISP qu'ils ont choisi.

D.3. Pression exercée sur des partenaires commerciaux

GIE/OL dénonce le fait que le partenariat entre France Télécom et Apple pour la commercialisation des micro-ordinateurs iMac ait été conclu grâce à la puissance de France Télécom sur le marché de l'accès à Internet et de la densité de ses agences commerciales. La puissance de France Télécom sur le marché a sans doute été un facteur important de la conclusion de l'accord en cause, mais cela ne semble pas à l'Autorité constituer, à ce simple stade, un abus de position dominante.

En revanche, le Conseil devra examiner si France Télécom propose effectivement une installation couplée des iMac et de Wanadoo chez les clients, pour un prix ne figurant pas dans la saisine, ce qui pourrait effectivement être constitutif d'un abus de position dominante. La facilité à changer d'ISP et/ou à modifier la page d'accueil est un élément à prendre en compte pour évaluer la gravité d'un tel comportement.

* * *

A ce stade et en conclusion, l'Autorité ne dispose pas d'informations suffisamment probantes pour se prononcer sur l'existence d'un abus de position dominante de la part de France Télécom dans le secteur de l'accès à Internet pour les clients résidentiels. Toutefois, compte tenu de la position du groupe France Télécom sur le marché et des incertitudes résultant des informations recueillies à ce jour, il pourra apparaître opportun au Conseil de poursuivre ses investigations et analyses.

Fait à Paris, le 13 septembre 2000

Le Président

Jean-Michel Hubert

ⁱ Les parties entre crochets sont couvertes par le secret des affaires