

Avis rendu à l'Autorité de la concurrence portant sur les concentrations constituées par l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés TPS et CanalSatellite par Vivendi Universal dans le secteur de la télévision payante

Avis n°2012-0518 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 26 avril 2012

Avis n° 2012-0518
de l’Autorité de régulation des communications électroniques et des postes
en date du 26 avril 2012
relatif à une demande d’avis de l’Autorité de la concurrence portant sur les
concentrations constituées par l’acquisition du contrôle exclusif des sociétés TPS et
CanalSatellite par Vivendi Universal dans le secteur de la télévision payante

Document non confidentiel

Les passages entre [...] relèvent du secret des affaires.

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

Vu le code des postes et des communications électroniques, et notamment ses articles L. 32-1 et L. 36-10 ;

Vu le code de commerce, et notamment ses articles L. 430-1 à L. 430-10 et R. 463-9 ;

Vu l’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 ;

Vu l’avis du Conseil supérieur de l’Audiovisuel en date du 23 mai 2006 relatif à la demande d’avis du Conseil de la concurrence portant sur la prise de contrôle exclusif de TPS et Canal Satellite par Vivendi Universal / Groupe Canal + ;

Vu l’avis n° 06-A-13 du Conseil de la concurrence du 13 juillet 2006 relatif à l’acquisition des sociétés TPS et Canal Satellite par Vivendi Universal et Groupe Canal Plus ;

Vu la lettre n° C2006-02 du ministre de l’économie, des finances et de l’industrie du 30 août 2006, aux conseils de la société Vivendi Universal, relative à une concentration dans le secteur de la télévision payante ;

Vu la saisine pour avis du Conseil de la concurrence par une lettre de la direction générale de la concurrence, de la consommation et de la répression des fraudes en date du 4 juillet 2008 et référencée 08-0075A, relative à l’exécution des engagements souscrits le 24 août 2006 par le Groupe Canal Plus, sous conditions desquels le ministre a autorisé le 30 août 2006 l’acquisition de TPS par Vivendi – Groupe Canal Plus, et sur les conséquences d’éventuels manquements à ces engagements ;

Vu la décision n° 09-SO-01 du 28 octobre 2009 de l’Autorité de la concurrence relative à une saisine d’office concernant les manquements aux engagements pris en application de la

décision du ministre du 30 août 2006 autorisant l'acquisition de TPS et Canal Satellite par Vivendi Universal et Groupe Canal Plus ;

Vu l'avis n° 2010-0381 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes en date du 15 avril 2010 relatif à la demande d'avis de l'Autorité de la concurrence portant sur les manquements aux engagements pris en application de la décision du ministre chargé de l'économie en date du 30 août 2006 autorisant l'acquisition de TPS et Canal Satellite par Vivendi Universal et Groupe Canal Plus ;

Vu l'avis n° 2010-13 du 27 mai 2010 du Conseil supérieur de l'Audiovisuel à l'Autorité de la concurrence sur l'exécution des engagements pris en application de la décision du ministre chargé de l'économie du 30 août 2006 autorisant l'acquisition des sociétés TPS et Canal Satellite par les sociétés Vivendi Universal et Groupe Canal Plus ;

Vu la décision n° 11-D-12 du 20 septembre 2011 de l'Autorité de la concurrence relative au respect des engagements figurant dans la décision autorisant l'acquisition de TPS et CanalSatellite par Vivendi Universal et Groupe Canal Plus ;

Vu le courrier enregistré le 29 mars 2012, par lequel l'Autorité de la concurrence sollicite l'avis de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes sur l'acquisition du contrôle exclusif des sociétés TPS et Canal Satellite par Vivendi Universal dans le secteur de la télévision payante, notifiée à nouveau par Vivendi Universal et Groupe Canal Plus le 24 octobre 2011 ;

Après en avoir délibéré le 26 avril 2012,

Sommaire

I. Des évolutions sensibles du marché des communications électroniques depuis 2006 qui ont dynamisé le marché de la télévision payante	7
1. Des évolutions technologiques continues.....	7
a. Des technologies xDSL évolutives améliorant les performances du réseau historique en cuivre	8
b. La fibre optique jusqu'à l'abonné (FttH)	10
c. Des réseaux câblés toujours plus fibrés	11
d. Les technologies de diffusion hertzienne.....	11
e. Les technologies mobiles	12
2. Des investissements importants dans les réseaux de communications électroniques pour améliorer l'offre de services au plus grand nombre d'abonnés.....	12
a. Les investissements des opérateurs pour une utilisation accrue du réseau en cuivre de France Télécom, support des technologies xDSL.....	13
b. Le déploiement des réseaux FttH, les boucles locales optiques de demain.....	18
c. La modernisation des réseaux câblés	20
d. L'évolution des réseaux de diffusion hertzienne	20
e. Le déploiement des réseaux mobiles à haut et très haut débit	21
3. Une structure de marché des communications électroniques plus mature dont les relations avec les marchés de la télévision payante sont devenues stratégiques.....	21
a. L'évolution des opérateurs présents sur les marchés des communications électroniques.....	22
b. Le développement du service de télévision au sein des offres multiservices des opérateurs de communications électroniques.....	24
c. La dynamique d'abonnement aux offres de GCP sur les plateformes des FAI.....	27
II. Analyse du partage de la valeur entre les acteurs de la télévision payante et les fournisseurs d'accès à internet.....	28
1. Les FAI ont plus que jamais besoin de la valeur des contenus pour investir dans les réseaux	28
2. Enseignements du passé sur les modalités de partage de la valeur de la télévision payante : la montée dans la chaîne de valeur de la télévision payante n'est pas la panacée	30
a. La montée des FAI dans la chaîne de valeur de la télévision payante, un modèle singulier non généralisable.....	30

- b. Un partage équilibré de la valeur générée par la télévision payante possible sans montée dans la chaîne de valeur 34

III. Les points d'attention relevés par l'Autorité pour l'examen de l'opération 36

- 1. La position prépondérante de GCP sur les marchés de la télévision payante ne doit pas perturber le jeu de la concurrence entre les FAI 37**
- 2. La position prépondérante de GCP sur les marchés de la télévision payante ne doit pas bouleverser l'équilibre du partage de la valeur avec les FAI 38**
- 3. La position prépondérante de GCP sur les marchés de la télévision payante ne doit pas élever de barrières à l'entrée sur ces marchés 40**
- 4. Les éventuelles obligations mises à la charge de GCP ne doivent pas l'empêcher de se développer et de créer de la valeur tant pour le secteur de l'audiovisuel que pour celui des communications électroniques..... 41**

Introduction

L'opération de concentration notifiée en 2006 au Conseil de la concurrence et autorisée par le ministre de l'économie, des finances et de l'industrie le 30 août 2006 consistait en l'acquisition par Vivendi Universal S. A. (VU) et le Groupe Canal Plus (GCP) :

- du contrôle exclusif de TPS, qui était détenue par TF1 (66%) et M6 (34%) ;
- du contrôle exclusif de CanalSatellite, qui était détenue par GCP (66%) et Lagardère (34%).

Début 2007, lors de l'entrée en vigueur de l'opération de concentration, l'organigramme capitalistique de GCP était le suivant :

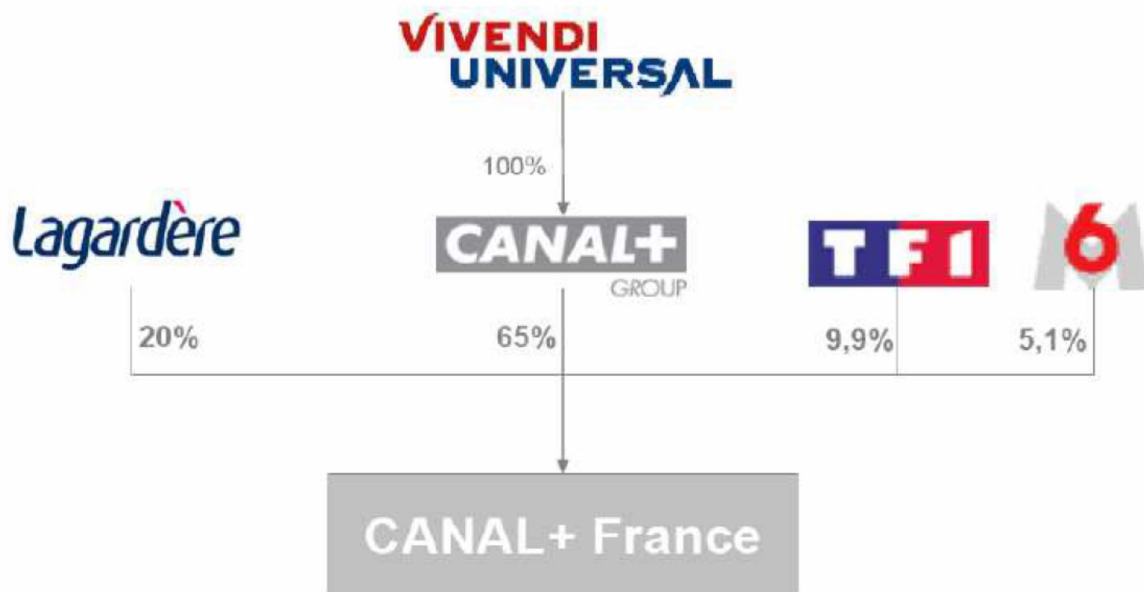


Figure 1 : Organigramme capitalistique de GCP (2007) (source : GCP)

Par la décision 11-D-12 en date du 20 septembre 2011, l'Autorité de la concurrence a constaté l'inexécution de certains engagements auxquels était subordonnée la décision du ministre de l'économie, des finances et de l'industrie du 30 août 2006, autorisant l'acquisition de TPS et CanalSatellite par les sociétés Vivendi Universal et Groupe Canal Plus. En conséquence, l'Autorité de la concurrence a retiré l'autorisation ministérielle de 2006 et a indiqué que « à moins de revenir à l'état antérieur à la concentration, Vivendi et Groupe Canal Plus sont tenus de notifier à nouveau l'opération dans le délai d'un mois à compter de la date de notification de la présente décision ». Cette décision fait l'objet d'un recours devant le Conseil d'Etat.

Dans la nouvelle notification en date du 24 octobre 2011, les parties soulignent, qu'à la suite de la décision de retrait de l'autorisation de concentration de 2006, et « dans la mesure où

revenir à l'état antérieur à la concentration CanalSat/TPS est rigoureusement impossible », elles « sont contraintes de notifier à nouveau l'opération ».

Au 24 octobre 2011, l'organigramme capitalistique de GCP était le suivant :

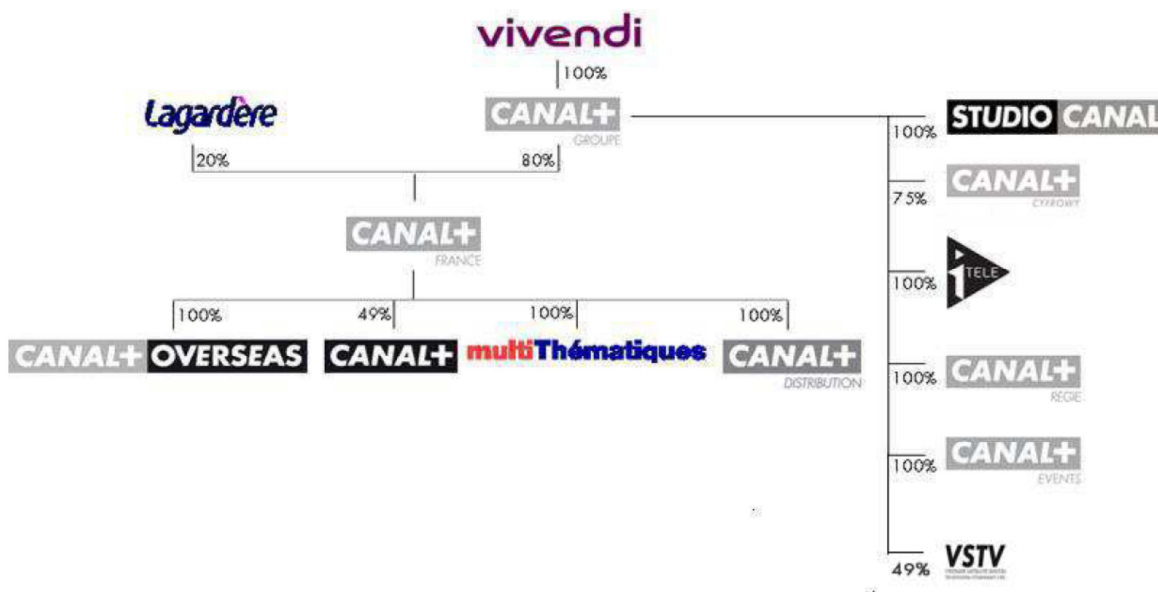


Figure 2 : Organigramme capitalistique de GCP en octobre 2011 (source : GCP)

Selon GCP et VU, « l'appréciation rétrospective permise par la présente notification permet de constater que les craintes que le ministre avait pu formuler en 2006 à l'endroit de la concentration CanalSat/TPS peuvent désormais être totalement écartés ». Ils en concluent que « l'opération aujourd'hui notifiée à l'Autorité de la concurrence n'est donc pas susceptible de restreindre la concurrence sur ce marché [de la télévision payante] ».

GCP et VU considèrent que plusieurs éléments ont « bouleversé », depuis 2006, le marché de la télévision payante :

- les offres de télévision payante des fournisseurs d'accès à internet (FAI) ont connu une croissance « vertigineuse » ;
- Orange a réussi sans difficulté à remonter la chaîne de valeur de la télévision payante ;
- les changements technologiques continus exercent une pression permanente sur GCP (désintermédiation de la relation entre les contenus et les téléspectateurs, télévision connectée, etc.) ;
- la télévision numérique terrestre (TNT) gratuite et payante représente une menace importante pour les bouquets de télévision payante de GCP ;
- la chronologie des médias¹ permet à la vidéo à la demande (VàD) d'exercer une concurrence forte sur les contenus médias linéaires ;
- la création de chaînes thématiques s'est poursuivie avec le même dynamisme ;

¹ Arrêté du 9 juillet 2009 pris en application de l'article 30-7 du code de l'industrie cinématographique.

- Numericable, avec les avantages issus de son statut de câblo-opérateur et son réseau modernisé en fibre optique, devient un concurrent redoutable, du fait notamment de ses contenus exclusifs.

L'Autorité estime inutile de rappeler l'organisation et le fonctionnement du secteur de la télévision payante qui a déjà fait l'objet de multiples présentations, notamment dans ses précédents avis (notamment l'avis n° 06-0528 du 23 mai 2006²) ou ceux de l'Autorité de la concurrence (notamment l'avis 09-A-42 du 7 juillet 2009³). En revanche, l'Autorité entend présenter les évolutions que le secteur des communications électroniques a connues ces dernières années qui sont susceptibles d'avoir des impacts sur le secteur de la télévision payante (1^{ère} partie). Par ailleurs, l'Autorité développera les enseignements qu'elle retient des retours d'expérience des six dernières années depuis l'autorisation du ministre de 2006 concernant les rapports entretenus entre les acteurs du secteur des communications électroniques et le secteur de la télévision payante (2^{ème} partie). Enfin, l'Autorité attirera l'attention de l'Autorité de la concurrence sur certains aspects particulièrement importants dans le cadre de cette opération (3^{ème} partie).

I. Des évolutions sensibles du marché des communications électroniques depuis 2006 qui ont dynamisé le marché de la télévision payante

Dans cette première partie, l'Autorité exposera tout d'abord les évolutions technologiques (1.) qu'ont connu les principaux vecteurs de diffusion de la télévision sur les réseaux de communications électroniques avant de s'attarder sur le développement de ces réseaux (2.), puis de présenter les évolutions des acteurs présents sur le marché des communications électroniques et de leurs relations avec le marché de la télévision payante (3.).

1. Des évolutions technologiques continues

Les évolutions technologiques du secteur des communications électroniques ont profondément modifié le paysage du haut et du très haut débit en France depuis 2006. Il convient, pour comprendre l'évolution des enjeux, notamment sur le marché aval de la distribution de télévision payante, de les présenter succinctement.

² Avis n° 06-0528 de l'Autorité de régulation des communications électroniques et des postes 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 CanalSatellite par Vivendi Universal dans le secteur de la télévision payante.

³ Avis de l'Autorité de la Concurrence n° 09-A-42 du 7 juillet 2009 sur les relations d'exclusivité entre activités d'opérateurs de communications électroniques et activités de distribution de contenus et de services

a. Des technologies xDSL évolutives améliorant les performances du réseau historique en cuivre

Les technologies « xDSL » (*Digital Subscriber Line*) permettent l'utilisation du réseau historique en cuivre de France Télécom pour la transmission de signaux numériques à haut débit. Les signaux sont injectés à partir d'un équipement actif (DSLAM) placé au niveau d'un nœud de raccordement d'abonné (NRA).

Les technologies xDSL sont soumises à une contrainte technique d'atténuation des signaux qui est fonction de la longueur de la paire de cuivre (mesurée en décibels, pour un signal de 300 kHz). Cette contrainte emporte deux conséquences : au-delà de 78 dB, valeur actuelle de référence, le signal en provenance du DSLAM devient trop faible et trop bruité pour assurer une liaison de qualité et empêche l'éligibilité théorique au haut débit⁴ de la ligne concernée.

Depuis le début des années 2000, le déploiement des différentes générations de la technologie « ADSL » (*Asymmetrical Digital Subscriber Line*) a permis d'augmenter progressivement les débits descendants et montants⁵. Les offres de services DSL résidentielles proposées aujourd'hui s'appuient sur l'ADSL et l'ADSL2+, qui sont les seules techniques autorisées à ce jour sur la boucle locale en cuivre de France Télécom.

Par ailleurs, la technologie « VDSL2 » (*Very-high-speed digital subscriber line 2*) pourrait être prochainement autorisée sur la boucle locale de cuivre de France Télécom. Le VDSL2 est la technologie xDSL la plus récente et la plus avancée, qui permet théoriquement d'atteindre un débit descendant de plusieurs dizaines de mégabits par seconde (Mbps) pour les lignes les plus courtes, et un débit montant compris entre 4 et 8 Mbps.

Cette technologie VDSL2 est actuellement en cours d'expérimentation dans le cadre du comité d'experts de l'ARCEP qui veille à ce que l'introduction de nouvelles technologies ne viennent pas perturber le bon fonctionnement du réseau et de ses équipements. Si le comité d'experts venait à rendre un avis favorable, cette technologie pourrait être introduite sur le réseau de cuivre de France Télécom d'ici quelques mois [...].

Les débits théoriques disponibles ainsi que la contrainte d'affaiblissement du signal en fonction de la longueur de la ligne de cuivre sont illustrés par le schéma ci-dessous. L'Autorité souligne que le schéma présente des mesures théoriques qui ne prennent pas en compte l'affaiblissement du signal qui peut être lié notamment à des interférences électromagnétiques extérieures (appareils électriques : ascenseurs, enseignes lumineuses, four à micro-ondes, etc.) ou à une faiblesse inhérente à la ligne (le réseau en cuivre de France Télécom n'a pas été conçu initialement pour supporter les débits xDSL). Ces perturbations peuvent notamment parfois provoquer des phénomènes dits de « *freeze* » sur les services de télévision par ADSL (image figée ou coupure pendant quelques instants).

⁴ Par haut débit, l'ARCEP entend les offres de détail permettant d'accéder à internet avec un débit descendant supérieur ou égal à 512 kbit/s

⁵ Le SDSL (*Symmetrical Digital Subscriber Line*) se distingue de l'ADSL en ce qu'il permet un équilibre entre les débits ascendants et descendants, permettant ainsi un meilleur usage, notamment pour les clients professionnels.

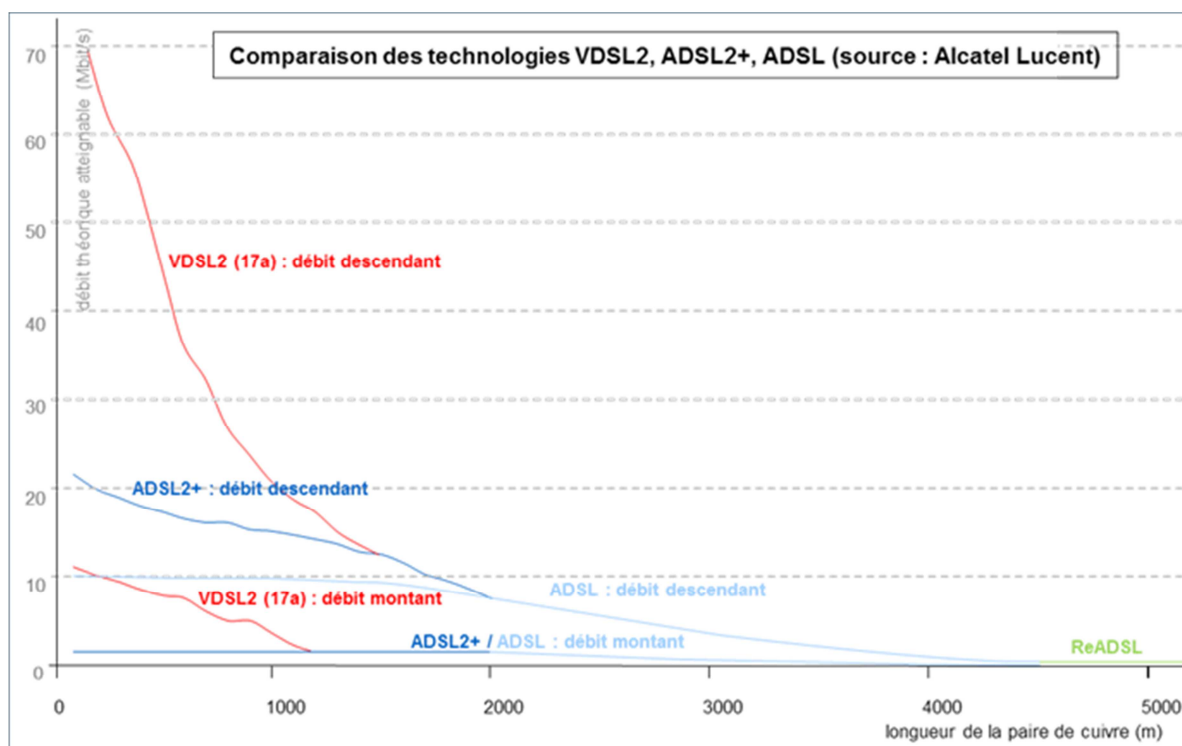


Figure 3 : Comparaison des technologies xDSL (source : Alcatel Lucent)

Le transport des flux de télévision nécessite que l'abonné dispose au minimum d'un débit effectif compris entre 3 et 4 Mbps en voie descendante, en fonction de la norme de compression des images utilisée⁶. De même, les flux en haute définition (HD)⁷ nécessitent que l'abonné dispose au minimum d'un débit effectif compris entre 5 et 6 Mbit/s en voie descendante, en fonction de la norme de compression utilisée.

Pour les lignes dont la longueur est inférieure à 2 kilomètres, la technologie ADSL2+, lancée en France fin 2004 par Free et France Télécom, a donc permis, en augmentant largement les débits disponibles, une extension très significative de l'éligibilité aux services de télévision par ADSL. Elle a également permis aux opérateurs de proposer des usages simultanés, par exemple la possibilité de recevoir plusieurs flux de télévision simultanément sur différents écrans – service couramment appelé « multiposte », accessible à partir de débits de l'ordre de 8 Mbps – ou de visionner un flux sur un écran tout en enregistrant un autre flux.

Par ailleurs, toutes les technologies xDSL offrent l'accès à des services interactifs grâce aux flux remontants. Bien que les débits de ces flux remontants (vers le réseau) soient sensiblement plus faibles que les débits descendants (débit asymétrique), ils permettent une

⁶ Généralement, les opérateurs ADSL utilisent les normes MPEG-2 ou MPEG-4

⁷ La principale différence entre la définition standard (SD) et la haute définition (HD) se manifeste dans la résolution (le nombre de pixels affiché) du flux vidéo. Un flux SD affiche 576 lignes, un flux HD 720 ou 1080 lignes.

interactivité indispensable aux services non linéaires que sont la vidéo à la demande (VàD) ou la télévision de rattrapage.

b. La fibre optique jusqu'à l'abonné (FttH)

Contrairement aux technologies xDSL, qui utilisent le réseau en cuivre existant, le déploiement de la fibre optique implique la mise en place d'un nouveau réseau (et lorsque cela est nécessaire, de nouvelles infrastructures d'accueil, fourreaux ou appuis aériens). On parle de FttX, avec X désignant le point de terminaison de la fibre optique sur le réseau le plus proche de l'utilisateur final : logement (FttH, *fiber to the home*), local professionnel (FttO, *fiber to the office*), bâtiment (FttB, *fiber to the building*), etc.

Le FttH correspond donc au déploiement de la fibre optique jusque dans les logements ou locaux des utilisateurs finals. Cette technologie permet de bénéficier de tous les avantages techniques de la fibre optique sur l'intégralité du réseau jusqu'à l'abonné, à savoir notamment un affaiblissement du signal peu important sur de longues distances, et un débit symétrique descendant et montant de l'ordre de 100 Mbps à ce jour, et potentiellement 1Gbps à l'avenir⁸. En outre, la fibre optique est insensible aux perturbations électromagnétiques (installations électriques défectueuses, appareils électroménagers situés à proximité de la ligne, etc.), ce qui garantit une meilleure qualité des débits et des services proposés par les opérateurs.

Ainsi, les réseaux FttH permettent à leurs utilisateurs de bénéficier des services d'accès à internet et d'offres multiservices de type triple-play avec une meilleure qualité (accès à la HD, à la 3D) et un confort d'utilisation renforcé (fluidité dans la consommation de flux audiovisuels en streaming, temps de téléchargement de contenus fortement raccourcis, etc.). La fibre optique constitue également le principal vecteur de développement des usages simultanés au sein d'un foyer, stimulés par le multi-équipement informatique domestique. En effet, la grande largeur de la bande passante garantit que les usages parallèles ne seront pas dégradés, comme cela peut être le cas sur le haut débit. Avec le FttH, la télévision ne connaît donc pas a priori de contrainte particulière.

Toutefois, si le FttH permet le transport symétrique d'une quantité considérable de données à très haut débit, il convient de rappeler qu'il ne s'agit que d'un support de transmission de données. Ce qui va déterminer le débit effectif, ce sont les équipements qui vont émettre les signaux dans ce tuyau qu'est la fibre optique ainsi que les équipements qui vont les recevoir. Ainsi, tout dépend de la puissance et de la qualité des lasers utilisés mais également de la capacité des équipements terminaux (ordinateurs, box) à supporter et à gérer un flux très rapide et très important de données.

⁸ Ces débits sont déjà offerts commercialement au grand public au Japon depuis plusieurs années

c. Des réseaux câblés toujours plus fibrés

Les réseaux câblés sont constitués d'un cœur de réseau en fibre optique et d'une terminaison en câble coaxial. Historiquement prévus uniquement pour diffuser des services de télévision, ces réseaux permettent depuis plusieurs années d'offrir également des services de téléphonie et d'accès à internet grâce à l'utilisation de certains canaux non mobilisés pour les flux de télévision. Le débit d'accès à internet offert sur ces réseaux est asymétrique avec un débit descendant largement supérieur au débit montant. Ils présentent néanmoins l'avantage de disposer d'une bande passante dédiée à la télévision *via* les canaux de diffusion réservés à cet usage⁹, et offrent également la possibilité de bénéficier d'usages simultanés et de services interactifs.

La modernisation des réseaux câblés consiste à rapprocher, au sein du réseau, l'extrémité de la fibre optique des abonnés. Ainsi, lorsque le câble coaxial est relié à un réseau déployé en fibre optique, en pied d'immeuble ou à l'entrée de la rue ou de la poche d'habitat, on parle alors de FttB (*fiber to the building*) ou de FttLA (*fiber to the last amplifier*) ; il s'agit en particulier de la technologie déployée par Numericable. Combinée à l'utilisation de la norme de transmission DOCSIS3.0 (*Data Over Cable Service Interface Specification*), cette opération permet d'augmenter les débits descendants théoriques jusqu'à 30 Mbps voire 100 Mbps, à un niveau alors comparable à celui offert par les technologies FttH.

S'appuyant sur cette modernisation de son réseau, Numéricable a lancé début 2012 sa nouvelle box permettant de recevoir jusqu'à 4 flux de télévision simultanés (deux visionnages et deux enregistrements), le tout sans interférence avec l'accès à internet à très haut débit, et donnant accès à de nombreuses fonctions interactives¹⁰.

d. Les technologies de diffusion hertzienne

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.

Toutefois, en raison de l'absence dans la plupart des cas de voie de retour permanente, l'utilisation des services interactifs par satellite nécessite de relier temporairement le terminal à la ligne téléphonique. Ainsi, le satellite ne permet pas de développer facilement des offres de type télévision de rattrapage ou vidéo à la demande (VàD).

⁹ Numericable ne transmet pas les flux de télévision sur IP (Internet Protocol), mais utilise un encodage DVB-C (Digital Video Broadcasting - Cable). Mise à part la qualité d'affichage, la principale différence réside dans le fait que Numericable réserve beaucoup de bande passante pour envoyer l'ensemble des chaînes en parallèle sur la prise de l'abonné câblé, et pas seulement une seule chaîne à la fois comme dans le cas de la télévision par ADSL ou FttH.

¹⁰ <http://labox.numericable.fr/index.html>

Comme pour le satellite, les réseaux hertziens terrestres peuvent rencontrer certaines incompatibilités avec les nouveaux usages des services de télévision (VàD et télévision de rattrapage, notamment).

En 2009, le CSA affirmait¹¹: « *L'interactivité est susceptible de se déployer sur la télévision numérique terrestre (TNT), même en l'absence de voie de retour, grâce à des procédés techniques permettant une interactivité locale. Des solutions normatives existent déjà, tandis que d'autres, fondées sur un socle inspiré du standard web HTML, sont en cours d'élaboration* », faisant référence au procédé de « push VOD », testé en 2010 par TDF. Avec ce procédé, les programmes peuvent être téléchargés par l'utilisateur sur un support de stockage (ordinateur, disque dur, etc.), sans passer par un FAI. À ce jour néanmoins, les services de VàD sur la TNT n'ont pas dépassé la phase des tests.

e. Les technologies mobiles

Les réseaux mobiles incluant la transmission de données depuis de nombreuses années, ils permettent la diffusion de services audiovisuels. Toutefois, la bande passante accessible avec les différentes technologies mobiles (y compris 3G) reste largement inférieure à celle offerte par les technologies fixes les plus récentes (notamment xDSL ou FttX), que ce soit pour les flux montants ou descendants.

De plus, en l'absence de solution effective de « *broadcast* » (c'est-à-dire avec un flux unique reçu simultanément par de nombreux utilisateurs), les services audiovisuels sont diffusés en mode « *unicast* » (un flux par utilisateur, quel que soit le contenu), ce qui renforce le risque de goulot d'étranglement. Les projets successifs d'utilisation de solutions *broadcast*, notamment ceux fondés sur la norme DVB-H, n'ont, à ce stade, pas vu le jour.

En raison de ces contraintes techniques, les formats vidéo diffusés sur les réseaux mobiles sont adaptés, avec notamment un faible encodage pour tenir compte de la taille réduite des écrans et de la bande passante disponible. Un flux MPEG-4 à 250 kbps est ainsi considéré par certains opérateurs comme un flux haute définition pour le mobile.

2. Des investissements importants dans les réseaux de communications électroniques pour améliorer l'offre de services au plus grand nombre d'abonnés

Au-delà des évolutions technologiques, les investissements considérables des opérateurs de communications électroniques dans le déploiement de nouveaux réseaux a eu un impact très

¹¹ <http://www.csa.fr/Espace-juridique/Decisions-du-CSA/Consultation-publique-relative-au-deploiement-de-nouveaux-services-audiovisuels>

important sur l'accroissement de l'éligibilité de nombreux abonnés à des services de télévision payante.

a. Les investissements des opérateurs pour une utilisation accrue du réseau en cuivre de France Télécom, support des technologies xDSL

Les évolutions de la boucle locale de cuivre¹² ou des réseaux des opérateurs s'y reliant ont considérablement augmenté l'éligibilité des services de télévision par DSL.

L'équipement des NRA en technologie ADSL

Pour que des lignes soient éligibles à l'ADSL, il faut que le NRA auquel elles sont rattachées soit équipé de matériel ADSL (DSLAM). France Télécom a progressivement déployé ces équipements et aujourd'hui 100% des NRA du territoire sont équipés en technologies ADSL.

L'opticalisation des réseaux de collecte

Au-delà de l'équipement des NRA en DSL, le transport des flux de télévision nécessite que la collecte du NRA soit suffisamment dimensionnée. Plus généralement d'ailleurs, quelle que soit la technologie d'accès utilisée (DSL, FttH etc.), les réseaux de collecte, établis au niveau régional ou départemental, constituent le lien essentiel entre le réseau dorsal et les réseaux de desserte. La largeur de bande passante des liaisons de collecte doit être suffisante pour écouler l'ensemble des trafics sous peine de limiter le type d'offres, en termes de débits et de services, qui peuvent être proposées aux abonnés.

Concernant la boucle locale en cuivre, le développement d'offres de télévision par DSL et de vidéo à la demande, d'abord dans les grandes agglomérations et désormais sur une grande partie du territoire, n'a pu être rendu possible que grâce à l'établissement de réseaux de collecte en fibre optique permettant la transmission de flux de plusieurs centaines de Mbps (un bouquet de 200 chaînes correspond généralement à un débit d'environ 700 Mbps). En effet, un lien de collecte en fibre optique permet d'atteindre une bande passante allant de 1 Gbps à plusieurs centaines de Gbps (sur la base des technologies de multiplexages les plus avancées) alors que les câbles en cuivre ne fournissent que des liaisons symétriques à $n \times 2$ Mbps (avec n paires de cuivre en parallèle).

A la fin 2011, environ 12 000 NRA, soit 97,3% des lignes, étaient collectés en fibre optique, sur un total de 15 000 NRA environ.

D'un point de vue concurrentiel, l'ARCEP a fait le constat en 2005 qu'il n'était pas toujours économiquement viable pour un opérateur alternatif de déployer des câbles de fibre optique pour établir son propre réseau de collecte en vue de dégrouper de nouveaux NRA, et qu'il convenait que France Télécom puisse proposer, sur une base commerciale, une offre

¹² Des schémas exposant l'architecture du réseau sont disponibles dans le guide suivant : http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/guide-fibre-collectivites-juillet2011.pdf

raisonnable de liens de fibre optique sur son propre réseau de collecte. France Télécom propose ainsi depuis 2006 l'offre « LFO » (offre de gros de location de liens en fibre optique) permettant aux opérateurs alternatifs d'étendre leur couverture en dégroupage en raccordant des NRA jusqu'alors non dégroupés à leurs réseaux de collecte.

La dynamique d'extension du dégroupage

L'analyse de la dynamique de l'extension du dégroupage est importante pour comprendre l'extension de l'éligibilité commerciale (au-delà de l'éligibilité technique) des abonnés des opérateurs de communications électroniques à des services de télévision (notamment payante) par les technologies xDSL.

Pour fournir une connexion ADSL à ses clients, une des solutions dont dispose un opérateur alternatif est d'avoir recours au dégroupage de la ligne. Ce dégroupage peut être partiel ou total.

- Dans le cas du dégroupage partiel, l'opérateur dégroupé gère de bout en bout la connexion à internet permanente du client final et les services associés, alors que France Télécom continue d'assurer le service téléphonique de l'abonné ;
- Dans le cas du dégroupage total, l'opérateur gère l'ensemble des fréquences de la ligne, et peut donc en particulier y faire passer un service de données haut débit fondé sur l'une des technologies xDSL.

Ce dégroupage des lignes, partiel ou total, a connu un essor important dans la seconde moitié des années 2000, comme en atteste la figure 4. Cette extension du dégroupage s'est notamment appuyée, d'une part, sur les déploiements par les collectivités territoriales de réseaux d'initiative publique de collecte, d'autre part, sur l'offre de raccordement des répartiteurs distants en « liaison fibre optique » (LFO) proposée par France Télécom¹³.

¹³ L'évolution tarifaire et technique de l'offre de collecte LFO de France Télécom intervenue en 2011 a contribué à améliorer la capacité des opérateurs alternatifs à constituer leur réseau de collecte sur une fibre dite « noire » (installée mais non activée), permettant d'étendre le dégroupage vers des NRA de plus en plus petits.

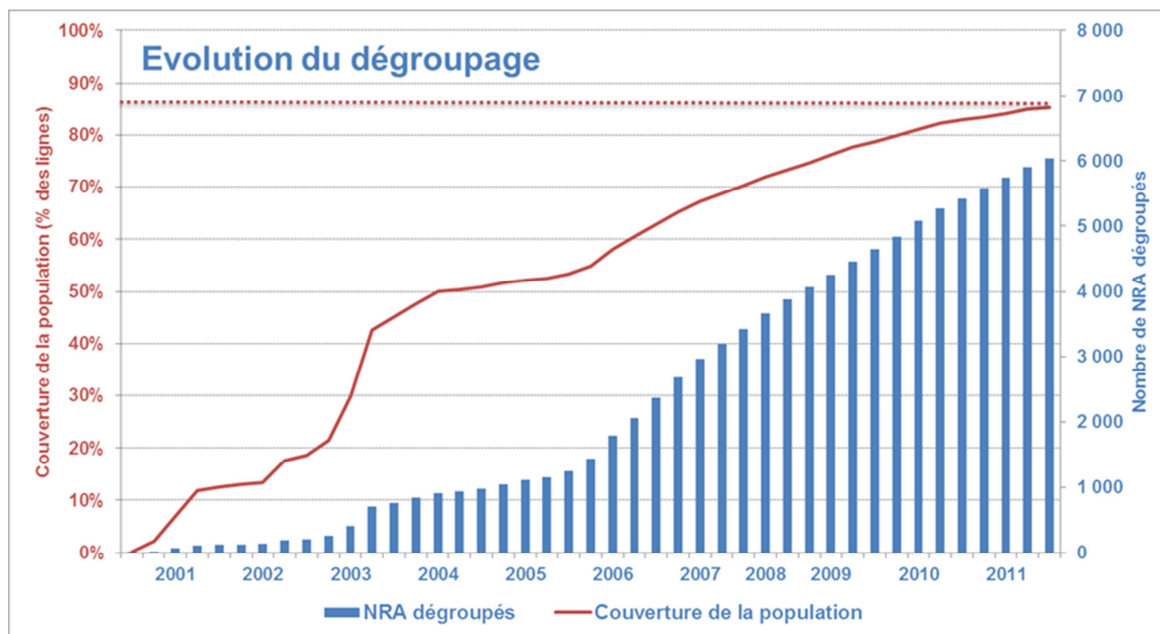


Figure 4 : Evolution du dégroupage entre 2001 et 2011

L'observatoire de l'ARCEP indique que 85,3 % de la population pouvait bénéficier du dégroupage fin 2011. Parmi ces lignes, 9 941 000 étaient effectivement dégroupées partiellement ou totalement.

On constate qu'après une importante vague de dégroupage dans les zones fortement urbanisées, les NRA dégroupés ces dernières années sont majoritairement situés dans des zones moins denses. Enfin, une partie du territoire (les zones très rurales ou isolées) demeure raccordée à un NRA non dégroupé. Toutefois, la dynamique du dégroupage engagée depuis 2000 se poursuit.

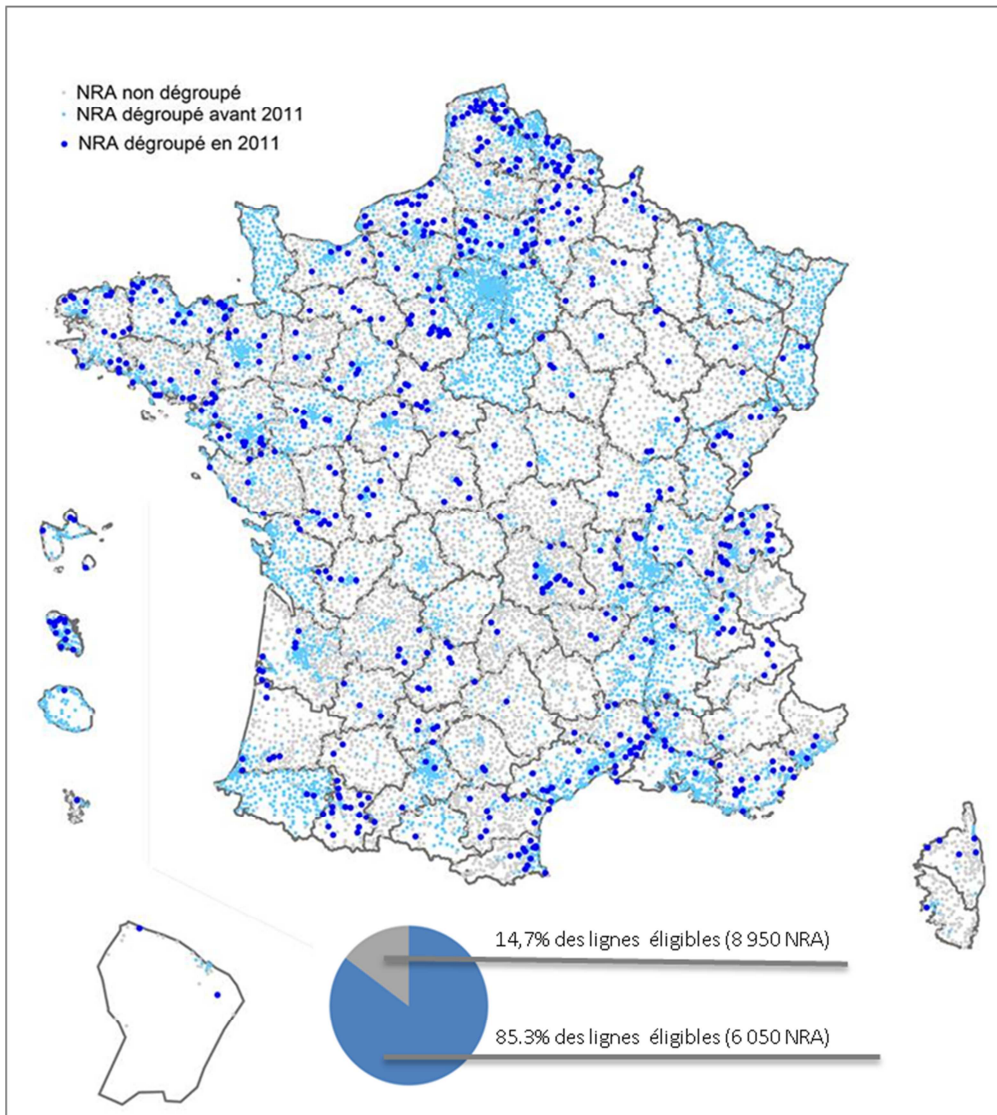


Figure 5 : Localisation des NRA dégroupés fin 2011 (source : observatoire de l'ARCEP)

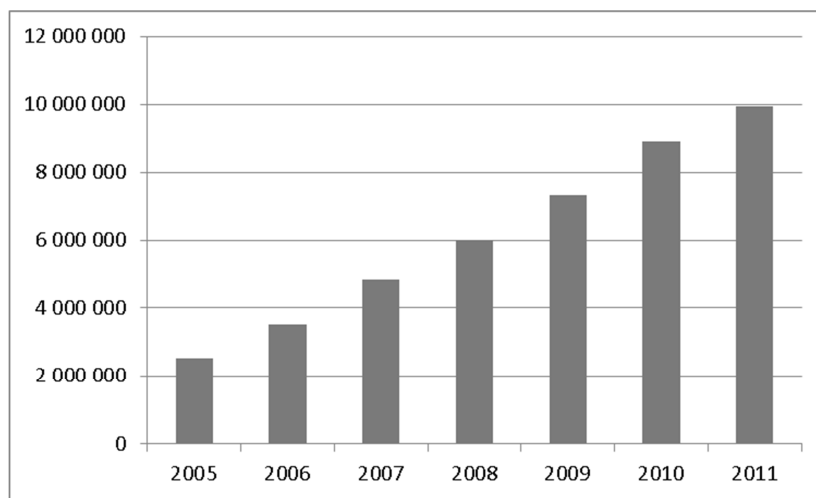


Figure 6 : Lignes effectivement dégroupées par des opérateurs alternatifs pour les années 2005 à 2011 (source : observatoire de l'ARCEP)

L'impact sur l'éligibilité aux services de télévision par ADSL

France Télécom/Orange semble adopter une stratégie commerciale prudente concernant la commercialisation des services de télévision par ADSL. En effet, l'Autorité constate qu'alors que France Télécom pourrait proposer de tels services dans certaines zones, elle ne le fait pas en l'absence d'offre concurrente effective proposée par un opérateur alternatif. En l'absence de service de télévision par ADSL, les offres « triple play » nécessitent alors l'utilisation complémentaire d'un service de télévision par satellite. En revanche, dès lors que le NRA concerné est effectivement dégroupé par un opérateur alternatif, les abonnés peuvent souscrire des offres de télévision par ADSL.

Ce comportement de l'opérateur historique pourrait être guidé par un souci de veiller au caractère pleinement répliquable de ses offres de détail par les opérateurs alternatifs. Dans certaines zones limitées, l'opérateur historique propose néanmoins des offres de télévision par ADSL alors même que le NRA concerné n'est pas encore dégroupé par un opérateur alternatif. Dans ces zones, France Télécom semble considérer que les offres de gros existantes permettent effectivement aux opérateurs alternatifs de dégroupier le NRA concerné et donc de répliquer ses offres de détail de télévision par ADSL.

Compte-tenu de la situation actuelle du dégroupage et de la collecte, et en se fondant sur la longueur des lignes et le débit théorique associé, l'Autorité estime que, fin 2011, un peu plus des deux tiers des lignes en cuivre étaient commercialement éligibles à un service de télévision par ADSL.

Le réaménagement de la boucle locale pour l'amélioration des débits

La montée en débit sur cuivre consiste en un réaménagement de la boucle locale de cuivre par l'installation d'un nouveau NRA, un NRA-MED (pour NRA de montée en débit) au niveau de la sous-boucle locale, et d'un lien de collecte en fibre optique le reliant. Une telle opération permet de rapprocher la localisation des équipements actifs qui injectent les signaux ADSL (qui sont logés dans les NRA) des abonnés et donc de réduire sensiblement les contraintes liées à l'affaiblissement des signaux ADSL. En rapprochant la fibre optique des abonnés, la montée en débit sur le réseau en cuivre permettra d'améliorer encore l'éligibilité aux services de télévision par ADSL, y compris en haute définition, pour de nombreux foyers.

Cette solution, bien que moins performante que le FttH est, dans certains cas, plus facilement mobilisable à court terme et moins onéreuse. Elle peut donc être mobilisée, *via* une offre de France Télécom, disponible depuis la fin 2011 en complément des projets de déploiements FttH (cf. infra). De plus, elle présente l'avantage de pouvoir être mise en œuvre rapidement de manière industrielle et de constituer une première étape vers le très haut-débit. A ce jour, le volume d'installation envisagé des NRA-MED est évalué entre 1.000 et 2.000 sites soit entre 250.000 et 500.000 lignes concernées par an.

b. Le déploiement des réseaux FttH, les boucles locales optiques de demain

Début 2006, le marché des services à très haut débit en fibre optique visait exclusivement les entreprises et les offres résidentielles étaient quasi-inexistantes en France, contrairement à d'autres pays pionniers en la matière. À l'échelle mondiale, les premiers déploiements étaient en cours et on recensait près de 10 millions d'abonnés résidentiels en Asie et environ 1 million d'abonnés aux États-Unis. En Europe, notamment en Suède, en Italie et au Danemark, les principaux plans de déploiement FttH étaient d'ores et déjà nés d'une initiative publique. En France, à l'exception de la délégation de service public conclue entre la communauté d'agglomération de Pau-Pyrénées et Axione dès 2003, aucun des principaux FAI ne proposait d'offre de services à très haut débit résidentielle. Toutefois, à partir de l'été 2006, des opérateurs ont exprimé leurs premières intentions de déploiements massifs de la fibre optique pour la clientèle grand public.

À la fin 2011, environ 1 475 000 logements étaient éligibles aux offres à très haut débit en FttH, ce qui correspond à une hausse de 37 % en un an. Avec 200 000 abonnements sur le marché de détail fin 2011, le taux de pénétration atteignait environ 13,6 %.

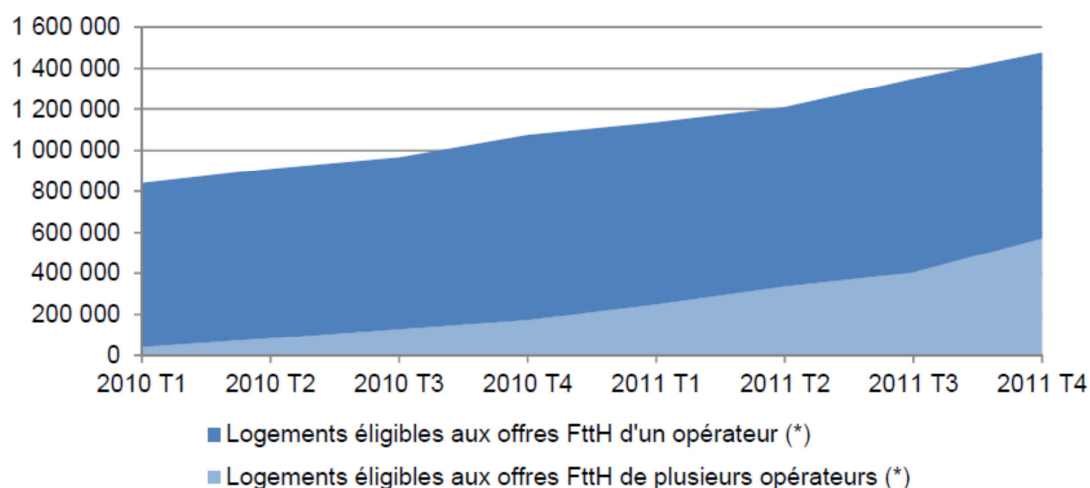


Figure 7 : Logements éligibles aux offres commerciales FttH fin 2011
(source : observatoire de l'ARCEP)

Plusieurs opérateurs, parmi lesquels l'opérateur historique mais aussi les principaux alternatifs (SFR, Iliad), sont actuellement engagés dans des déploiements de réseaux FttH, en particulier dans les zones très denses, telles que définies en 2009 par l'ARCEP¹⁴. Les opérateurs privés ont également lancé des déploiements dans les zones moins denses et ont été invités à préciser leurs projets à moyen et long terme avec l'appel à manifestations d'intentions d'investissements (AMII), lancé par le Gouvernement en juin 2010. Cela a permis aux élus locaux et aux populations de disposer d'une certaine visibilité sur les avancements futurs des déploiements des réseaux FttH. À titre d'illustration, la figure 8 reprend les intentions

¹⁴ Décision n° 2009-1106 en date du 22 décembre 2009

d'investissement d'Orange et de SFR, dans le cadre de l'AMII. Ces déploiements devraient concerner environ 60 % de la population à l'horizon 2020.

Sur l'ensemble du territoire, le cadre réglementaire édicté par l'ARCEP¹⁵ impose la mise en place d'un mécanisme de cofinancement ouvert à tous les opérateurs¹⁶, permettant ainsi la mutualisation des réseaux et le partage des coûts, afin de préserver l'intensité concurrentielle du marché et de faciliter les déploiements.

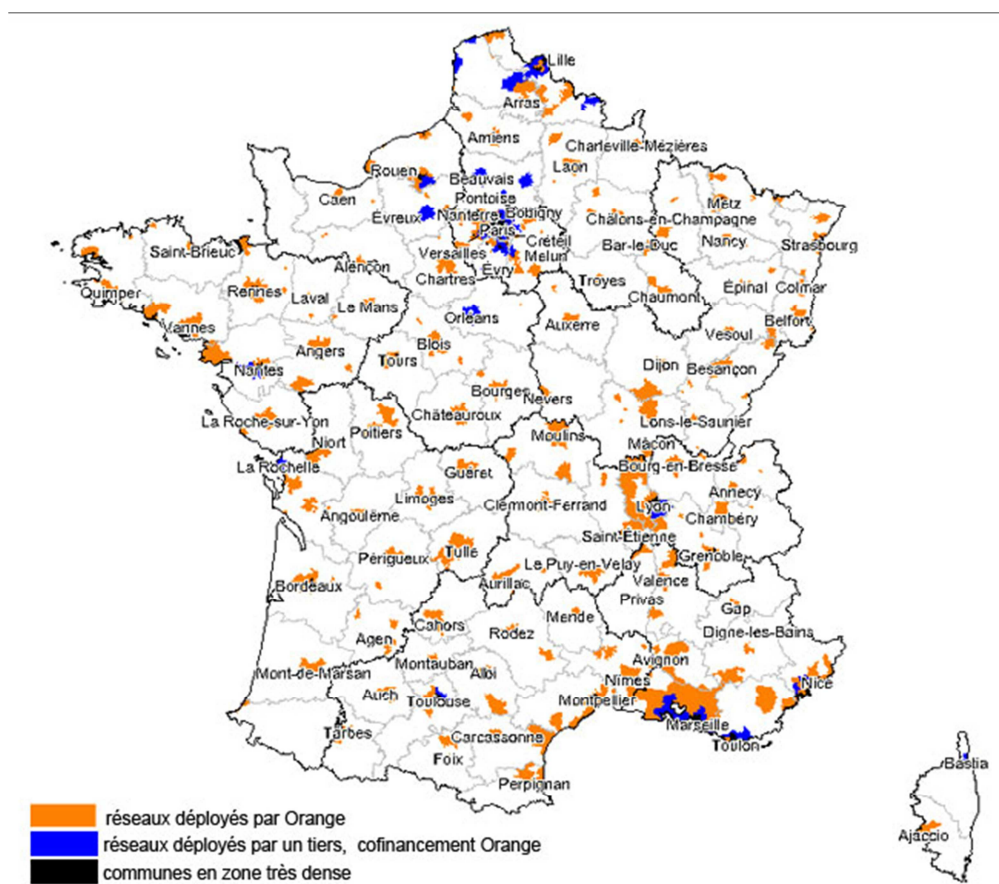


Figure 8 : Engagements de déploiement Orange (source : site internet Orange¹⁷)

Les collectivités territoriales sont également amenées à prendre part au déploiement du FttH par le biais des réseaux d'initiative publique (RIP). Ils permettent, notamment dans les régions pour lesquelles les opérateurs privés n'ont pas formulé d'intention d'investissement, de répondre à cette carence en procédant à l'échelle locale au déploiement d'un réseau public.

En conclusion, les projets d'investissements (privés ou publics) laissent augurer un fort accroissement du nombre de logements éligibles au FttH dans les prochaines années. L'ensemble de ces logements seront éligibles à des services de télévision en haute définition avec une très bonne qualité.

¹⁵ Décisions n° 2009-1106 en date du 22 décembre 2009 et n° 2010-1312 en date du 14 décembre 2010

¹⁶ C'est ainsi qu'à ce jour, France Télécom a passé, pour ses déploiements en zones très denses comme en zones moins denses, des accords de cofinancement avec Free, SFR et Bouygues Telecom.

¹⁷ http://www.orange.com/fr_FR/collectivites/amenagement/fibre/cartes_cofinancement_11-2011.jsp

c. La modernisation des réseaux câblés

À ce jour, environ 4,3 millions de logements sont éligibles à des offres très haut débit en fibre optique avec terminaison en câble coaxial, dont un peu plus de 1,2 million se situent en dehors des zones très denses. Le réseau de Numericable, principal câblo-opérateur, compte au total 8,36 millions¹⁸ de logements éligibles à des offres multiservices à haut débit incluant la télévision, et les opérations de modernisation devraient se poursuivre. Ainsi, dans un communiqué de presse en date du 13 avril 2012, Numericable a annoncé vouloir porter son parc de lignes éligibles au très haut débit par câble (100 Mbps descendant avec une offre FttB ou FttLA) de 4,3 à 6 millions d'ici 2014.

d. L'évolution des réseaux de diffusion hertzienne

Le satellite a longtemps été le premier distributeur de chaînes thématiques en numérique (notamment du bouquet CanalSatellite). 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.

En ce qui concerne les réseaux terrestres, la télévision hertzienne analogique, qui était le vecteur historique de diffusion de services de télévision, a pris fin en 2011. Pour pallier cette disparition programmée, la télévision numérique terrestre (TNT) avait été lancée en mars 2005. Elle comprenait, à l'origine, 19 chaînes gratuites (plus 9 chaînes payantes). Ces chaînes couvraient, fin 2011, 97,3 % de la population métropolitaine¹⁹. La TNT comportera au total 25 chaînes dès la fin de l'année 2012, dont 11 en haute définition (HD)²⁰. Au premier semestre 2011, 62,6 % des foyers disposaient d'un accès à la TNT (soit 16,8 millions de foyers), soit davantage que n'importe quel autre mode numérique de réception. Ce pourcentage s'élevait, au premier semestre 2007, à 16,7 % à peine²¹.

¹⁸ Source : site internet de Numericable, <http://www.numericable.fr/corporate/cf.php>

¹⁹ <http://www.csa.fr/Television/La-reception/Recevoir-la-television>

²⁰ <http://www.csa.fr/Espace-Presses/Communiqués-de-presses/Selection-de-six-nouvelles-chaines-en-haute-definition-pour-la-TNT>

²¹ Guide des chaînes numériques, mars 2012, 10^{ème} édition.

e. Le déploiement des réseaux mobiles à haut et très haut débit

Les réseaux 3G ont été massivement déployés entre 2006 et fin 2011. Le taux de couverture de la population est passé d'environ 60% à plus de 98%. Ces réseaux permettent désormais d'atteindre des débits de l'ordre de quelques mégabits par seconde. Ainsi, les résultats de l'enquête de qualité de service des réseaux mobiles en France métropolitaine, publiée par l'ARCEP en novembre 2011²², indiquait un débit moyen descendant de 3 Mbps pour l'année 2011, en progression de 40 % par rapport à l'année précédente.

Les opérateurs mobiles concentrent actuellement leurs efforts à l'amélioration de la qualité de service, avec le déploiement des générations successives de la technologie 3G (3G+ ou HSPA – *High Speed Packet Access*). SFR annonçait²³ par exemple, fin mars 2012, viser des débits crêtes jusqu'à 21 Mbps pour 88 % de la population et jusqu'à 42 Mbps pour 63 % de la population d'ici fin 2012.

Enfin, les autorisations d'utilisation de fréquences pour la bande 800 MHz issue du dividende numérique délivrées début 2012 à Orange, SFR et Bouygues Telecom, vont permettre le déploiement de réseaux mobiles à très haut débit dans les prochaines années. La technologie 4G ou LTE (*Long Term Evolution*) pourrait offrir des débits importants, de l'ordre de plusieurs dizaines de Mbps, favorisant le développement des services audiovisuels sur ces réseaux. Il convient de noter que ces derniers seront déployés rapidement (40 % en 5 ans et 90 % en 10 ans) dans une zone prioritaire regroupant environ 18 % de la population métropolitaine pour 63 % du territoire, majoritairement en zones rurales, souvent mal desservies par les réseaux existants fixes ou mobiles. Les fréquences de la bande 800 MHz seront également précieuses dans les zones urbaines pour offrir un accès au très haut débit mobile à l'intérieur des bâtiments, grâce à leurs propriétés physiques de propagation.

3. Une structure de marché des communications électroniques plus mature dont les relations avec les marchés de la télévision payante sont devenues stratégiques

En parallèle des évolutions présentées ci-avant, le marché des communications électroniques a connu plusieurs mutations depuis 2006, qui ne sont pas sans incidence sur le marché de la télévision payante. Ces changements concernent aussi bien les acteurs présents sur le marché, qui ont largement évolué depuis 2006, que le développement de la télévision au sein des offres multiservices des opérateurs de communications électroniques, en particulier pour la distribution des offres de télévision payante de GCP.

²² http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/rapport-qualite-service-mobile-2011.pdf

²³ <http://www.sfr.com/nous-connaître/communiqués-de-presse/sfr-le-reseau-le-plus-complet-prend-de-lavance-03292012-1111>

a. L'évolution des opérateurs présents sur les marchés des communications électroniques

Les opérations de concentrations sur le marché

Les FAI qui animaient le marché des communications électroniques à haut débit fixe en 2006 ont sensiblement évolué depuis, à travers plusieurs opérations de rachat et concentration.

En 2006, on comptait huit grands FAI : France Télécom – Orange, Free, Neuf – Cegetel, Alice, Club Internet, Noos Numericable, AOL et Tele2.

En 2007, Neuf Cegetel a racheté les activités « fixe » de Tele2, ainsi que les sociétés AOL et T-Online France (Club Internet), la même année. En 2008, SFR est devenu l'actionnaire majoritaire de Neuf Cegetel en rachetant les parts du groupe Louis Dreyfus, donnant naissance sur le marché fixe à la marque commerciale SFR au mois d'octobre 2008. Par ailleurs, en 2008, Iliad, la maison mère de Free, a racheté Alice. Alice propose encore aujourd'hui des offres ADSL, mais la stratégie commerciale du groupe Iliad tend à orienter les nouveaux clients, ainsi que ceux déjà clients d'Alice, vers les offres de Free. Enfin, Bouygues Telecom fait son entrée sur le marché des FAI en 2008 avec la BBox.

Ainsi, en 2012, on compte 5 grands FAI en France : Iliad, Orange, SFR, Bouygues Telecom et Numericable. La part des petits FAI, notamment locaux, n'a pas sensiblement progressé ces dernières années, regroupant moins de 1 % du parc d'abonnés.

Les mouvements de concentration qui ont eu lieu à la fin des années 2000 ont eu pour conséquence de rendre le marché des fournisseurs d'accès à internet plus oligopolistique, avec des acteurs plus puissants qui, désormais, sont également présents sur le marché de la téléphonie mobile.

L'Autorité rappelle que, par le terme FAI, elle désigne des fournisseurs de services de communications électroniques, dont l'une des activités consiste à proposer des offres d'accès publiques à l'internet, et qui proposent également très souvent des offres de télévision. L'Autorité utilise parfois dans ce document la notion plus large d'opérateur de communications électroniques, au sens du 15° de l'article L.32 du CPCE²⁴. Il convient à cet égard de souligner que, avec la concentration du marché susmentionné, l'ensemble des grands FAI sont aussi des exploitants de réseaux.

L'évolution des parts de marché entre 2006 et 2011

La taille globale du marché de l'accès à haut et très haut débit fixe a presque doublé entre fin 2006 et fin 2011, comme illustré sur la figure 9. Le nombre d'accès est passé de 12,7 millions à 22,8 millions en 5 ans, très largement porté par la croissance de l'ADSL. Cette

²⁴ « On entend par opérateur toute personne physique ou morale exploitant un réseau de communications électroniques ouvert au public ou fournissant au public un service de communications électroniques. »

augmentation en volume s'est traduite par une très forte augmentation des revenus, de 3,98 milliards d'euros sur l'année 2006 à près de 9,73 milliards d'euros sur l'année 2011.

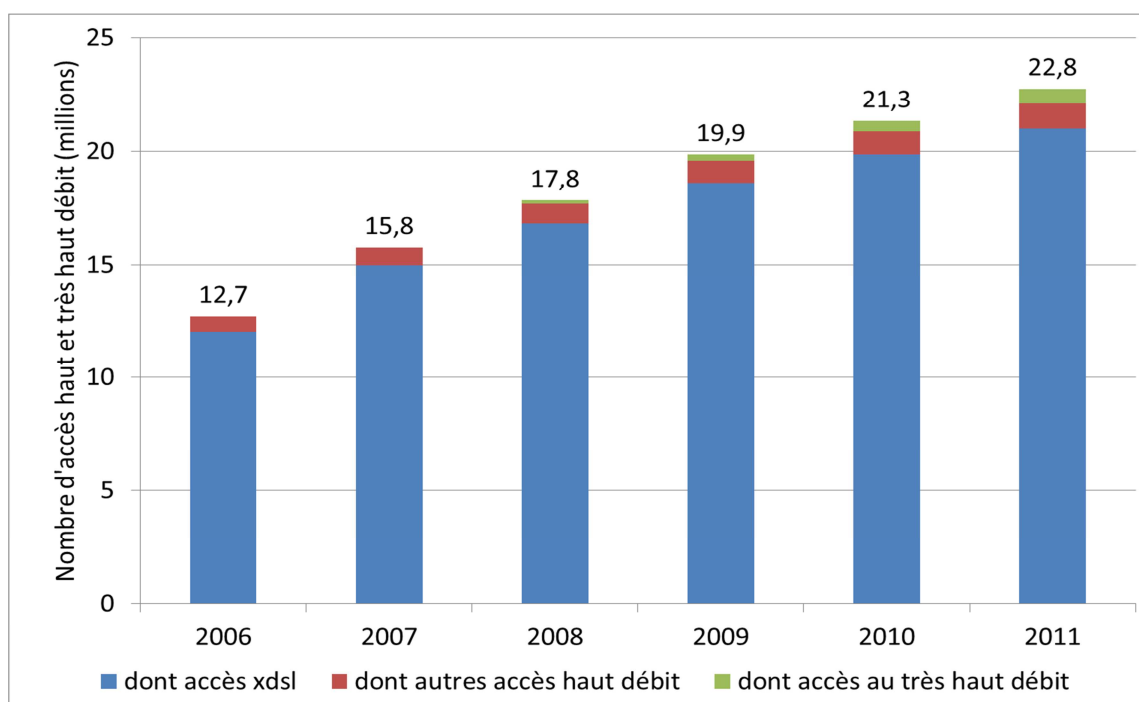


Figure 9 : Taille du marché de l'accès à haut et très haut débit fixe sur la période 2006-2011 (source : observatoire de l'ARCEP)

Avec les mouvements décrits ci-dessus, et les évolutions constatées parmi les acteurs du marché des communications électroniques, il convient de s'intéresser à l'évolution des parts de marché, durant la même période (2006-2011).

[...]

Figure 10 : Parts de marché des FAI fin 2006 (source : observatoire de l'ARCEP)

En 2006, l'opérateur historique disposait d'une position prépondérante sur le marché des FAI, de l'ordre d'environ [...]. Les opérateurs alternatifs, nombreux et souvent dispersés, se partageaient les parts restantes. Le plus gros d'entre eux, Free, regroupait moins de [...] des abonnés FAI.

[...]

Figure 11 : Parts de marché des FAI fin 2011 (source : observatoire de l'ARCEP)

En 2011 (figure 11), on constate l'évolution à la baisse de la part de marché de l'opérateur historique, au profit des deux grands opérateurs alternatifs qui se sont consolidés (Iliad-Free et SFR). Cette évolution doit être mise en regard avec l'avancée du dégroupage de la boucle locale de cuivre de France Télécom mentionnée plus haut. Ceci a permis :

- aux consommateurs de bénéficier d'une plus grande liberté de choix de leur FAI, et de faire ainsi pleinement jouer la concurrence entre eux ; seuls 14,7 % de la population n'avaient pas accès au dégroupage à la fin 2011 ;
- aux opérateurs alternatifs de consolider leur base d'abonnés et d'asseoir leur notoriété.

b. Le développement du service de télévision au sein des offres multiservices des opérateurs de communications électroniques

L'ensemble des évolutions, entre 2006 et 2011, du paysage des communications électroniques présentées ci-avant - technologies, réseaux, acteurs du marché - ont favorisé un développement massif des services de télévision au sein des offres multiservices d'accès à haut et très haut débit.

Le développement de la télévision par ADSL

Alors qu'en 2006, une majorité des foyers ne bénéficiait que de la télévision analogique traditionnelle, la télévision est devenue entièrement numérique depuis fin 2011. Cette transition a été permise par la généralisation des services de TNT, et, dans une moindre mesure, par la croissance des services de télévision par ADSL. Selon les chiffres publiés par le CSA, plus d'un quart des foyers avait accès à la télévision sur ADSL à la fin du second semestre 2011.

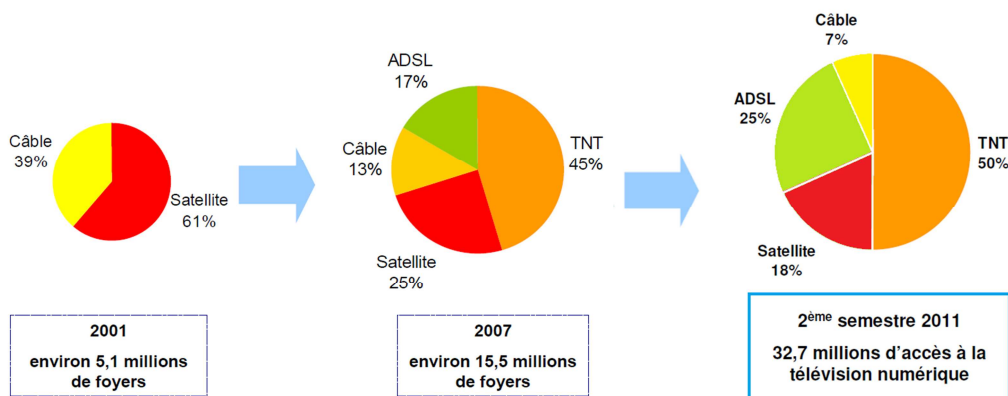


Figure 12 : Modes de réception de la télévision numérique au niveau national (source : CSA)

Le développement de la télévision par ADSL, qui a cru de manière importante durant la seconde moitié des années 2000, est une conséquence du succès des offres *triple play* (3P) qui ont été généralisées par les FAI sur le marché de détail depuis 2003.

Initialement réservées aux principales zones urbaines, ces offres se sont étendues à l'ensemble du territoire au rythme de la progression du dégroupage. Entre 2005 et 2011 (donc en six ans),

la multiplication par 4 environ du nombre de lignes dégroupées²⁵ a indéniablement été un vecteur essentiel de l'augmentation de la souscription aux offres 3P. Dans ce sens, l'observatoire de l'ARCEP indique qu'au quatrième trimestre 2011, 57 % des utilisateurs ayant souscrit une offre ADSL ont accès à une offre de télévision associée, contre 37 % au quatrième trimestre 2008.

La diversification des services sur les box des FAI

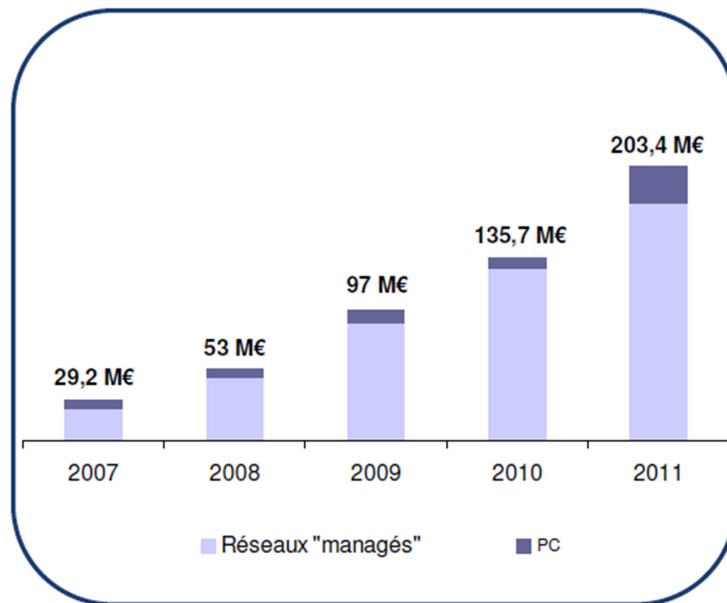
L'IDATE relève, dans une étude récente, que « *les opérateurs ne parvenant que très marginalement à se différencier des services concurrents par l'offre de chaînes à proprement parler (à quelques exceptions près, les chaînes distribuées par les acteurs de l'IPTV sont souvent les mêmes que sur le câble ou le satellite), ils ont rapidement mis en place des stratégies basées sur les services et fonctionnalités complémentaires, peu développées par les réseaux concurrents et de ce fait plus différenciant que les seuls bouquets de chaînes* »²⁶. Les services optionnels de télévision via un accès à haut débit ont pour principal avantage la délinéarisation des programmes, pour laquelle l'appétence des consommateurs est aujourd'hui démontrée. Cela concerne aussi bien la vidéo à la demande (VàD) – prestation souvent payante, à l'acte ou dans un forfait – que la possibilité de suspendre un programme diffusé à l'antenne (*timeshifting*) ou la télévision de rattrapage (*catch up TV*) – qui sont des techniques développées par les FAI ou les chaînes elles-mêmes, pour un service souvent inclus dans le forfait de base.

À titre d'illustration de l'intérêt des consommateurs pour ces nouveaux usages, le chiffre d'affaires de la VàD en France est passé de 82,4 millions d'euros en 2009 à 197 millions d'euros en 2011, soit une augmentation de +140 %²⁷. Les chiffres publiés par le CSA, d'un ordre de grandeur semblable, permettent de distinguer la consommation de VàD portée sur les réseaux gérés (ADSL ou câble, de l'ordre de 90 % du chiffre d'affaires total de la VàD) de la consommation de services de VàD directement sur l'ordinateur.

²⁵ 2,51 millions de lignes dégroupées fin 2005, contre 9,94 millions fin 2011 (source : observatoire du haut débit, ARCEP)

²⁶ Source : IDATE, *Les stratégies TV des telcos*, 2011, page 53.

²⁷ Source : http://www.mediafrance.eu/IMG/pdf/FOCUS_VOD.pdf



Source : GfK - NPA Conseil (novembre 2011)

Figure 13 : Chiffre d'affaires de la V&D (source : CSA)

Quant à la télévision de rattrapage, dont la pratique et donc les mesures sont plus récentes, elle concernait, en 2011, 64,2 % des internautes, dont la moitié en fait usage directement sur la télévision²⁸. Les publications du CSA confirment également cette tendance.

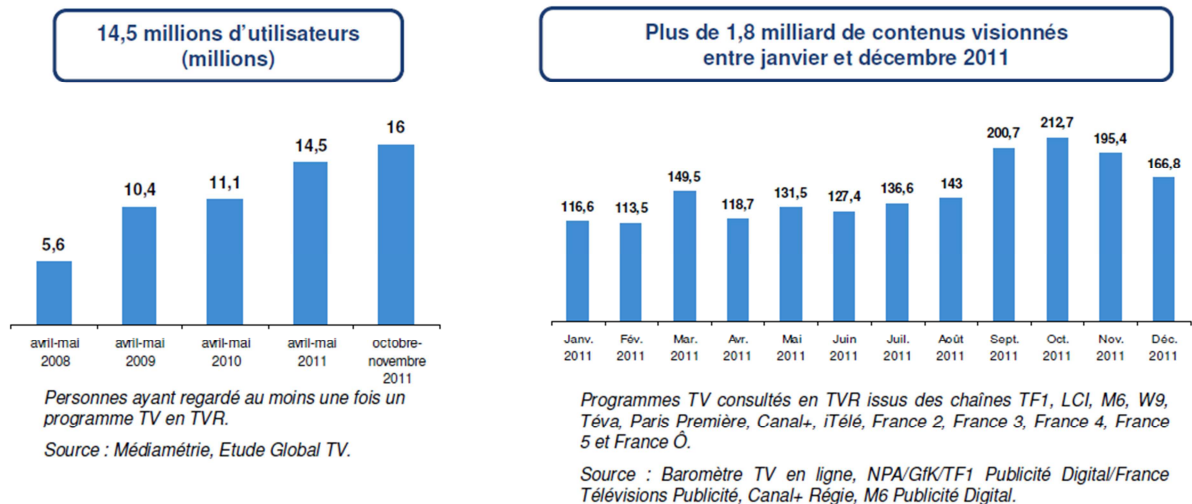


Figure 14 : Progression de la télévision de rattrapage (source : CSA)

Par ailleurs, les nouvelles fonctionnalités des box proposées par les FAI semblent être mises en avant dans les campagnes marketing, bien plus que ne le sont les éventuelles chaînes exclusives incluses dans les bouquets proposés dans les offres 3P des FAI. Comme le relève l'IDATE, « en termes de communication publicitaire, les smart-STB [box « améliorées »] sont souvent valorisées, presque davantage que l'offre TV elle-même, de même que les services qui accompagnent cette boîte »²⁹.

²⁸ Source : CNC, Baromètre de la TV de rattrapage, novembre 2011.

²⁹ Source : IDATE, *op. cit.*, page 56.

Aux yeux des FAI, les services optionnels de télévision se sont en effet imposés comme un nouveau moyen de conquête du public, à en croire, par exemple, l'appétence des consommateurs pour la Freebox Revolution (intégrant un lecteur Blu-ray, un disque dur de 250 Gb, une interface permettant de naviguer sur internet depuis la télévision, etc.). Ainsi, « sur les six premiers mois de l'année 2011 et sous l'impulsion de la Freebox Revolution, Free a vu bondir sa part de marché des nouveaux abonnés à 36 %, alors que l'opérateur avait attiré en 2008 et 2009 24 % des nouveaux abonnés français et seulement 14 % en 2010. Environ 80 % des nouveaux abonnés prennent la Freebox Revolution »³⁰. Cet engouement semble en outre avoir un effet direct sur l'ARPU³¹, qui pour les utilisateurs de Freebox Revolution, s'élève à 38 € contre 35,5 € pour l'ensemble du groupe Iliad³².

c. La dynamique d'abonnement aux offres de GCP sur les plateformes des FAI

Les plateformes de recrutement d'abonnés aux chaînes Canal+ et CanalSatellite ont profondément évolué depuis 2006, à en croire les chiffres fournis par GCP lui-même.

À titre d'illustration, tandis que l'offre de CanalSatellite était historiquement distribuée par satellite uniquement, la part d'offres distribuées par satellite a chuté de [...] entre 2006 et 2011, passant de [...] à [...] des nouveaux abonnements (figure 15).

Plus généralement, alors qu'en 2006, plus de [...] des abonnés à Canal+ ou CanalSatellite avaient une relation uniquement avec GCP, qui fournissait à la fois le terminal et les contenus, cette proportion a chuté à moins de [...] en 2011. En effet, désormais, la majorité des nouveaux abonnés à Canal+ et CanalSatellite sont recrutés *via* les FAI, notamment par le biais de plateformes virtuelles accessibles depuis le système de navigation intégré dans les box des FAI. Ces derniers assurent ensuite, *via* une connexion à haut ou très haut débit et une box, le transport des flux de données liés aux services audiovisuels du GCP pour ces abonnés.

Cette évolution a pour conséquence première de donner aux FAI un certain pouvoir de négociation face à GCP, car ce sont eux qui représentent, désormais, la source principale de croissance du parc d'abonnés de GCP.

[...]

Figure 15 : Répartition par plateforme des recrutements d'abonnés de GCP

(source : GCP)

³⁰ Source : IDATE, *op. cit.*, page 56.

³¹ ARPU : *Average Revenue Per User*, revenu moyen par abonné (ici mensuel)

³² Source : IDATE, *op. cit.*, page 52.

II. Analyse du partage de la valeur entre les acteurs de la télévision payante et les fournisseurs d'accès à internet

L'analyse de six années de rapports entre le secteur des communications électroniques et celui de la télévision payante offre de précieux enseignements au-delà des simples cadres d'analyse théoriques. Il en ressort notamment que le modèle d'opérateurs de communications électroniques montant dans la chaîne de valeur en devenant eux-mêmes opérateurs à part entière de la télévision payante ne constitue pas une panacée (2.). Au contraire, un équilibre est possible (sous conditions) pour un partage équitable de la valeur générée par les activités de télévision payante sans que les opérateurs de communications électroniques aient nécessairement besoin d'en devenir des acteurs à part entière (3.). Cette question du partage de la valeur est d'autant plus décisive aujourd'hui qu'elle conditionne, dans une large part, la capacité des opérateurs de communications électroniques à continuer à investir massivement dans des réseaux toujours plus performants permettant de valoriser toujours mieux les contenus qu'ils transportent (1.).

1. Les FAI ont plus que jamais besoin de la valeur des contenus pour investir dans les réseaux

Les montants amenés à être investis durant les prochaines années par les opérateurs, dans le cadre du déploiement du très haut débit (fixe et mobile), suscitent un besoin de sources de financements importantes et durables.

Concernant le déploiement des réseaux en FttH, selon la dernière estimation de l'ARCEP, datant de novembre 2011, la couverture complète du territoire français en FttH devrait coûter un peu plus de 21 milliards d'euros.

S'agissant du très haut débit mobile, les licences 4G ont été attribuées fin 2011 et début 2012 par l'ARCEP aux quatre opérateurs de réseaux mobiles pour un montant de près de 3,6 milliards d'euros. À ce montant, doit s'ajouter le coût de déploiement de chaque réseau, pour un total de plusieurs milliards d'euros étalés sur une quinzaine d'années.

Par conséquent, les opérateurs vont devoir disposer de capacités financières solides et soutenues sur de nombreuses années. Dans ce contexte, des modalités de cofinancement ont été prévues, en particulier par le cadre réglementaire du FttH fixé par l'ARCEP, dans le but de mutualiser les investissements et, dans le meilleur des cas, de produire un effet de levier permettant de maximiser la part des nouveaux réseaux qui pourra être financée sans argent public. La mutualisation des réseaux de collecte en fibre optique entre le très haut débit fixe et le très haut débit mobile permettra également d'optimiser les déploiements.

Toutefois, un tel investissement dans les réseaux de la part des opérateurs dépend largement de leur capacité à maintenir, voire accroître leurs revenus. Or, comme le soulignait une étude

d'Analysys Mason publiée en mars 2012 par l'ARCEP³³, au vu du nombre limité de services spécifiques au très haut débit pour lesquels les utilisateurs sont actuellement prêts à payer, il est aujourd'hui difficile d'estimer précisément les revenus incrémentaux liés au très haut débit permettant d'assurer le financement des réseaux à très haut débit par des acteurs privés. Ce constat rend d'autant plus essentielle la possibilité pour les opérateurs d'accéder à la valeur des contenus véhiculés sur leurs réseaux.

L'Autorité de la concurrence indiquait ainsi, dans son avis de 2009 sur les relations d'exclusivité entre activités d'opérateurs de communications électroniques et activités de distribution de contenus et de services³⁴ : « *Le développement des réseaux à très haut débit fait naître de nouvelles possibilités d'accroissement de la qualité de la diffusion de la télévision payante, soit par l'amélioration de la définition, soit par la possibilité élargie de la diffusion simultanée de plusieurs chaînes, soit enfin par la perspective du développement accru de l'interactivité. La difficulté pour les opérateurs télécoms de récupérer une partie de la valeur générée pour les offres de télévision payante par l'accroissement du débit des réseaux risque de diminuer leurs incitations à investir dans le très haut débit et pourrait donc ralentir le déploiement de la fibre* » (points 161 et 162).

Dans la conjoncture actuelle de généralisation des forfaits illimités de services de voix et d'accès à internet, l'offre de télévision payante proposée par les FAI s'avère être un levier potentiel leur permettant de faire remonter un ARPU qui tend à baisser régulièrement depuis plusieurs années, dans un marché qui va bientôt arriver à saturation.

Cette tendance est confirmée par l'étude publiée par l'IDATE en octobre 2011³⁵. Selon cette étude, les principaux leviers de migration vers le très haut débit (THD) sont, d'une part, la multiplication des équipements connectés en simultané (pour près de 1 foyer THD sur 2, exception faite du Japon où ce ratio tombe à 1 sur 4) et, d'autre part, l'amélioration théorique par le THD du visionnage des contenus vidéo HD et 3D (pour les foyers THD déclarant ce type d'usages). L'IDATE ajoute que « *ce phénomène est particulièrement accusé en France, où les offres THD et les formats vidéo HD/3D sont arrivés sur le marché dans un calendrier plus rapproché que dans les trois autres pays* ». Il apparaît ainsi que l'essentiel de la valeur perçue par les abonnés, qui justifie la migration vers le très haut débit, est liée aux services audiovisuels.

Néanmoins, les FAI ont du mal à se différencier dans leur offre de télévision de premier niveau, comme le relève l'étude IDATE mentionnée³⁶ plus haut, et que ce sont davantage les offres de deuxième niveau et les services non linéaires qui constituent des sources additionnelles de revenus, relativement limitées.

³³ Etude réalisée pour le compte d'un groupement de commandes constitué de la DGCIS, de la DGMIC, de l'ARCEP, du CSA, de l'HADOPI et du CNC. Disponible à l'adresse suivante :

http://www.arcep.fr/uploads/tx_gspublication/etude-Analysy-Mason-usages-THD-fev2012.pdf

³⁴ Autorité de la Concurrence, 7 juillet 2009, Avis n° 09-A-42 du 7 juillet 2009 sur les relations d'exclusivité entre activités d'opérateurs de communications électroniques et activités de distribution de contenus et de services

³⁵ Enquête Très Haut Débit : Comprendre les mécanismes de migration des abonnés grand public

³⁶ IDATE, *Les stratégies TV des telcos*, 2011, page 53.

Il ressort de ce qui précède que les opérateurs de communications électroniques ont besoin de bénéficier d'une partie de la valeur générée par d'autres acteurs à partir de l'utilisation de leurs réseaux et grâce aux investissements considérables qu'ils consentissent. Si une telle problématique se pose d'une manière générale pour l'ensemble des services véhiculés par les réseaux de communications électroniques, la place singulière des services de télévision payante rend le partage de valeur qu'ils génèrent particulièrement sensible.

2. Enseignements du passé sur les modalités de partage de la valeur de la télévision payante : la montée dans la chaîne de valeur de la télévision payante n'est pas la panacée

Il est possible de distinguer deux modèles permettant aux opérateurs de communications électroniques de bénéficier d'une part de la valeur générée par les services de télévision payante. La première solution consiste à « monter dans la chaîne de valeur » pour devenir acteur à part entière du marché de la télévision payante où la valeur peut être générée et récupérée auprès du client final. La seconde option est de bénéficier d'un « partage équitable » de la valeur du marché de la télévision payante rémunérant les lourds investissements consentis dans les réseaux au bénéfice de sa croissance. Ces deux modèles ne sont pas exclusifs l'un de l'autre et la menace de la première option doit être suffisamment crédible pour discipliner les acteurs de la télévision payante dans la seconde option.

Dans les faits, la non exclusivité de ces deux modèles entraîne une certaine complexité des rapports entre GCP et les FAI qui entretiennent à la fois des relations concurrentes et mais également de partenaires (fournisseurs/distributeurs).

Le retour de six années d'expérience depuis la mise en œuvre de l'opération de concentration TPS/Canal au 1^{er} janvier 2007 offre l'opportunité d'analyser plus en détail ces deux vecteurs/options permettant aux fournisseurs d'accès de bénéficier d'une partie de la valeur générée par les services qu'ils transportent dans des réseaux sans cesse modernisés au prix d'investissements colossaux.

a. La montée des FAI dans la chaîne de valeur de la télévision payante, un modèle singulier non généralisable

La valeur limitée du premier niveau de service

La montée dans la chaîne de valeur de la télévision payante des FAI mérite d'être bien identifiée. En effet, si les FAI proposent généralement un bouquet de chaînes de télévision dans leurs offres 3P et que ces offres sont payantes, elles ne constituent généralement pas une « montée dans la chaîne de valeur » de la télévision payante. En effet, les bouquets de chaînes de premier niveau de service n'apportent pas de revenu supplémentaire pour les FAI dans la mesure où ces chaînes sont généralement proposées sans supplément de prix bien identifié par

le consommateur final. Ce dernier n'opère pas de véritable choix pour ce bouquet de chaînes standard et ne révèle pas de préférence par le consentement à payer un prix.

En effet, la différenciation des offres de services de télévision des opérateurs reste à ce jour très limitée sur les offres de premier niveau, qui reprennent en premier lieu les chaînes gratuites de la TNT.

Les chiffres d'audience, régulièrement publiés par Médiamétrie, sont éclairants : ils font apparaître qu'entre 2007 et 2011, la part réalisée par les chaînes incluses dans le premier niveau de service en dehors des chaînes diffusées gratuitement par la TNT est restée sensiblement la même, à un niveau assez faible autour de 12 % (11,7 % en 2011³⁷, contre 11,6 % en 2007³⁸).

Lorsqu'elles sont incluses dans un bouquet de télévision de base au sein d'une offre 3P, ces chaînes n'ont pas vocation à produire une montée dans la chaîne de valeurs dès lors que le prix de détail de l'offre, pour que celle-ci reste compétitive, doit rester proche de celui proposé par les concurrents. En outre, on pourrait considérer que l'inclusion de certaines chaînes dans les bouquets de base n'a pour objectif que la constitution d'un produit d'appel, incitant les consommateurs à souscrire un second niveau de service effectivement premium. À l'inverse, l'inclusion de chaînes premium dans le bouquet de base, en vue par exemple d'une différenciation concurrentielle sur le marché du haut et du très haut débit fixe, risquerait d'ailleurs de détruire de la valeur pour les FAI, avec des coûts élevés mais aucun revenu supplémentaire.

Certes, une comparaison précise laisse apparaître des différences entre les bouquets : certains FAI ont fait, en effet, le choix de proposer forfaitairement à tous leurs abonnés certaines chaînes tandis que d'autres les proposent sous forme d'options supplémentaires payantes, s'ajoutant au forfait 3P. Une nuance à apporter au constat de la similitude entre les offres de télévision de premier niveau concerne par exemple certains segments de marché de niche, comme par exemple celui visé par les chaînes en langue étrangère (en particulier en langue turque, italienne et arabe). De manière plus significative, on peut citer Bouygues Telecom, qui propose depuis quelques semaines sur l'ADSL et la fibre, en série limitée, un forfait de base BBox à 31,90 €/mois (au lieu de 37,90 €/mois et 3990 €/mois) incluant notamment les appels fixes vers mobiles en illimité mais également les chaînes Eurosport 1 et 2 ou Disney Channel. Ce phénomène traduit une certaine porosité entre premier et second niveau de service, et pourrait, en théorie du moins, exercer une certaine pression concurrentielle sur le marché de la télévision payante. D'une manière plus générale, la qualité de l'offre de premier niveau de service, tout comme l'offre de télévision gratuite, sont susceptibles d'avoir une influence sur le niveau de demande d'offres de second niveau de service et la propension à payer du consommateur final pour de telles offres.

³⁷ Médiamétrie, Médiamat Annuel 2011, 9 janvier 2012.

³⁸ Médiamétrie, Médiamat Annuel 2007, 31 décembre 2007.

La montée dans la chaîne de valeur, un choix stratégique singulier

Une réelle montée dans la chaîne de valeur consiste donc, pour un acteur opérant sur le marché de premier niveau de la télévision payante, à entrer sur le marché des bouquets de second niveau de services, au niveau de la distribution, voire au niveau de l'acquisition de droits et de l'édition de chaînes. Ainsi, le 13 novembre 2008, l'opérateur Orange a lancé Orange Cinéma Séries et Orange Sport, sur le marché de gros de l'édition de chaînes, soit le marché intermédiaire de la télévision payante.

À la suite de ce lancement, l'Autorité constatait, dans son avis n° 2009-0172³⁹, que par l'acquisition de nombreux contenus premium, notamment sportifs et cinématographiques (trois lots de la Ligue 1, films Warner, séries HBO, etc.), Orange se positionnait de plus en plus comme une alternative à GCP sur ce marché. L'Autorité ajoutait dans cet avis que la distribution exclusive de chaînes thématiques par Orange était même susceptible d'animer le marché de la télévision payante, sur un modèle proche de la concurrence historique entre CanalSatellite et TPS. Pour les chaînes thématiques éditées par des tiers, l'émergence d'un distributeur alternatif en concurrence frontale avec Canal+ France, susceptible de leur verser une prime d'exclusivités élevée, était de nature à limiter leur dépendance et à augmenter leur capacité de négociation vis-à-vis de Canal+ France.

Cependant, une telle initiative de la part d'un opérateur correspond à une stratégie singulière, fondée – dans le cas d'Orange – sur un modèle d'exclusivités, qui suppose notamment un investissement massif pour acquérir des contenus et donc un niveau de risque très élevé. Orange a ainsi dépensé plusieurs centaines de millions d'euros dans le sport et le cinéma, ce qui n'était pas nécessairement à la portée de ses concurrents sur le marché des communications électroniques. Au moment de la création de ces chaînes, Orange disposait en effet – comme c'est le cas encore aujourd'hui – du parc de clients le plus important sur le marché de détail du haut débit fixe (avec une part de marché supérieure à 40 %), et le groupe France Télécom a annoncé pour 2008 un chiffre d'affaires de 53 milliards d'euros⁴⁰. A titre de comparaison, Free, premier concurrent d'Orange à cette date sur le marché du haut débit, a réalisé en 2008 un chiffre d'affaires de 1,5 milliard d'euros⁴¹.

In fine, les chaînes Orange ont connu un succès mitigé. Une des explications pourrait reposer sur le choix stratégique de l'opérateur de ne proposer ces chaînes qu'en exclusivité, c'est-à-dire aux clients ayant déjà accès à l'offre de télévision de premier niveau d'Orange, *via* ses plateformes xDSL, FttH et satellite. Un tel choix a pu en partie provoquer une destruction de valeur, en privant les nouvelles chaînes de l'accès à un public beaucoup plus large. Ce modèle ayant montré ses limites, Orange marque depuis 2011 un recul dans le secteur de l'édition. D'une part, la chaîne Orange Sport, qui n'a pas trouvé de repreneur à ce jour, pourrait disparaître le 20 mai prochain⁴². D'autre part, Orange Cinéma Séries ayant fait l'objet d'un

³⁹ Avis n° 09-0172 de l'ARCEP au Conseil de la Concurrence relatif à une saisine du ministre de l'économie sur les relations d'exclusivités entre activités d'opérateurs de communications électroniques et de distribution de contenus et de services

⁴⁰ France Télécom/Orange, document de référence 2008.

⁴¹ http://www.iliad.fr/finances/2010/CP_110210.pdf

⁴² <http://www.lesechos.fr/entreprises-secteurs/tech-medias/actu/0201933482936-arret-d-orange-sport-la-chaine-cherche-repreneur-pour-les-droits-du-tennis-298793.php>

partenariat avec CGP en 2011, elle ne saurait plus être considérée comme un concurrent à part entière de ce dernier.

Les risques concurrentiels liés à la montée dans la chaîne de valeur

Si la montée dans la chaîne de valeur reste complexe et risquée sur le plan commercial, elle peut, en théorie, permettre d'animer le marché des FAI, en facilitant des innovations marketing et techniques, et conduire à davantage de synergie entre monde des télécoms et monde des contenus. Nonobstant ces avantages, la montée dans la chaîne de valeur comporte un certain nombre de risques concurrentiels intrinsèques.

- Les risques potentiels liés à l'intégration verticale des opérateurs. Dès lors qu'un opérateur effectue la démarche de monter dans la chaîne de valeur et de s'intégrer verticalement, s'il réserve ses offres de télévision premium à ses seuls abonnés sur le marché des communications électroniques, il introduit un risque d'effet de levier, au travers d'un mécanisme de double exclusivité, et, par suite, de distorsion de concurrence vis-à-vis des autres opérateurs. Par ailleurs, si l'opérateur décide de distribuer ses offres de télévision sur les réseaux de ses concurrents directs, en devenant ainsi leur fournisseur, il peut toujours être tenté de favoriser ses propres abonnés en tant que FAI, que ce soit sur le plan des tarifs d'éventuelles offres de gros, ou sur le plan des services (par exemple l'accès aux chaînes en haute définition, à la télévision de rattrapage ou à certaines innovations technologiques). Au demeurant, il convient de souligner que les consommateurs pourraient ne tirer que peu de bénéfices si, comme dans le cas d'Orange, la pratique de la double exclusivité était généralisée. L'Autorité estime que la montée dans la chaîne de valeur, si elle est réalisée, devrait avoir pour avantage de rendre accessibles les offres de télévision premium à l'ensemble des consommateurs potentiels, pour éviter les risques de destruction de valeur et pour que des effets bénéfiques puissent en être tirés.
- L'éviction, ou, à tout le moins, l'affaiblissement des opérateurs disposant de peu de capacités financières. La montée dans la chaîne de valeur implique, comme souligné plus haut, un effort d'investissement important. Dès lors, les opérateurs avec l'assise financière et/ou la base d'abonnés la plus large seraient les seuls à même d'envisager une telle stratégie, conduisant à un affaiblissement des autres opérateurs. Or, dans le contexte actuel, malgré la structuration du marché autour de 5 grands acteurs (Orange, SFR, Free, Bouygues Telecom, Numericable), certains d'entre eux ne semblent pas avoir cette taille critique. La généralisation de la stratégie de montée dans la chaîne de valeur risquerait donc de conduire à un marché encore plus capitaliste qu'il ne l'est déjà, avec un degré de concertation encore supérieur et avec un risque de réduction conséquente de l'intensité concurrentielle sur ces marchés.

b. Un partage équilibré de la valeur générée par la télévision payante possible sans montée dans la chaîne de valeur

Dans les relations entre fournisseur et distributeur, la répartition de la valeur est dictée par un rapport de force, plus ou moins équilibré, et non nécessairement univoque. Ainsi, la notoriété de GCP et sa place prépondérante sur le marché de la télévision payante ne le placent pas nécessairement en position de force systématique face aux FAI.

En effet, comme indiqué à la section I.3.c, plus de la moitié des nouveaux abonnements aux bouquets GCP s'effectuaient, en 2011, sur les plateformes ADSL – donc nécessairement *via* un FAI agissant en tant que prestataire technique et commercial de GCP. Partant, la marge de négociation des FAI face à GCP semble non seulement être, à ce jour, raisonnable, mais pourrait aller en s'élargissant, compte-tenu de la tendance à la baisse des souscriptions aux offres GCP par satellite.

Ce rôle renforcé de transporteur et de recruteur d'abonnés privilégié joué par les FAI a pour conséquence de leur permettre d'améliorer à leur profit le rapport de force qui peut exister dans la négociation des versements qu'ils reçoivent de GCP. GCP estime que ce coût est en augmentation, et qu'il devrait atteindre plus de [...] d'euros au total pour l'année 2012, alors que ce montant était d'environ [...] en 2011.

Le cas des services de télévision linéaire

Dans les conventions passées entre GCP et les FAI, ces derniers sont en charge des prestations techniques permettant la diffusion des chaînes de GCP auprès des abonnés à leurs offres multiservices. Les FAI peuvent également participer au recrutement des nouveaux abonnés de GCP sur leurs plateformes. Cependant, les contrats prévoient que GCP conserve sa relation directe avec ses clients : GCP est ainsi le seul à pouvoir conclure avec le client final un contrat d'abonnement. GCP, comme les distributeurs tiers pour leurs bouquets respectifs, est libre de fixer le tarif de ses offres et est responsable de ses propres offres et de ses propres abonnés.

Numéricable, contrairement aux autres FAI, conclut directement avec les éditeurs de contenus un certain nombre de contrats prévoyant des exclusivités de distribution sur le réseau câblé. Cela s'explique par des raisons historiques et, notamment, d'anciennes relations commerciales que Numéricable continue d'entretenir avec ces derniers. Numéricable n'a ainsi jamais souhaité distribuer CanalSat, et les opérateurs Darty Box et Auchan Box distribuent les bouquets TV agrégés par Numéricable dans le cadre d'un accord relatif à l'utilisation du réseau fibre de Numéricable.

En contrepartie des obligations qui leur incombent en vertu des conventions décrites ci-dessus (prestations techniques et commerciales), les FAI sont rémunérés par GCP. Cette rémunération comporte plusieurs éléments :

[...]

Le cas des services non linéaires

En dehors des rémunérations liées à la diffusion par les FAI des chaînes de télévision linéaires proposées par GCP, le montant évoqué plus haut comprend également les rémunérations liées à la VàD et à la VàD par abonnement (VàDA). Le partage de la valeur des services non linéaires semble particulièrement intéressant pour les FAI, qui obtiennent en moyenne, selon GCP, près de [...] du chiffre d'affaires.

En effet, l'offre de VàD de GCP, « CanalPlay », est disponible chez les FAI Free, Numericable et Bouygues Telecom⁴³ de manière indépendante de la souscription aux offres de Canal+ et/ou de CanalSat. Le schéma contractuel varie selon les FAI, avec soit une contractualisation directe entre l'abonné et son FAI pour la consommation à l'acte d'un contenu CanalPlay, soit une relation directe entre l'abonné et Canal+ Distribution.

Canalplay est également disponible sur PC, à travers le site www.canalplay.com et est référencé sur la XBOX 360, le détenteur d'une XBOX 360 pouvant ainsi accéder à CanalPlay sur un écran branché à la XBOX 360 moyennant un abonnement payant (Live Gold) souscrit directement auprès de XBOX.

L'accès à la plateforme de vidéo à la demande par abonnement (VàDA) « CanalPlay Infinity », développée par GCP, connaît par ailleurs déjà un important succès : le président du Groupe Canal Plus, Bertrand Méheut, évoque 25 000 abonnés, quatre à cinq mois seulement après son lancement⁴⁴. Après avoir été introduite le 8 novembre 2011 chez SFR, en exclusivité, elle a été rendue accessible aux abonnés Freebox à la mi-décembre 2011. Elle est désormais accessible sur la BBox de Bouygues Telecom⁴⁵.

Conséquence de cette dynamique nouvelle

La diffusion des services linéaires et non-linéaires de GCP est donc source d'importants revenus pour les FAI. Ainsi, les perspectives de développement des revenus des FAI liés aux services audiovisuels dépendent en partie de l'évolution de leurs partenariats avec GCP et de l'équilibre qui s'est dessiné depuis quelques années avec l'essor des services de télévision par ADSL, câble ou FttH.

Les enjeux du maintien de cet équilibre sont nombreux :

- d'une part, un tel revenu permet aux FAI d'investir dans les infrastructures d'avenir, en particulier le FttH, qui vont nécessiter dans les prochaines années la mobilisation d'importants moyens financiers par les opérateurs. À l'heure où les FAI cherchent à augmenter l'ARPU de leurs offres 3P, une ressource sûre provenant d'un groupe solide constitue pour eux une source efficace de revenu ;

⁴³ <http://vod.canalplay.com/pages/services/vodtv/regarder-ses-films-sur-la-TV.aspx>

⁴⁴ Satellifax, 17 avril 2012, page 4.

⁴⁵ Satellifax, 17 avril 2012, page 4.

- d'autre part, afin de ne pas perturber le jeu concurrentiel sur le marché du haut et du très haut débit, il est indispensable que l'ensemble des FAI ait la possibilité de proposer à leurs abonnés les offres de GCP dans des conditions non discriminatoires.

III. Les points d'attention relevés par l'Autorité pour l'examen de l'opération

A titre liminaire et au vu des caractéristiques des différentes technologies et des évolutions des réseaux présentées ci-avant, l'Autorité considère qu'il n'est pas pertinent, à ce stade, de distinguer les plateformes de distribution de la télévision payante, et d'en faire autant de marchés distincts.

À cet égard, la Commission européenne indiquait dans sa décision relative au cas SFR/Télé 2⁴⁶, « *S'agissant des plateformes de distribution, les droits de diffusion de programmes portent, le plus souvent, pour ce qui concerne la France, sur l'ensemble des principales plateformes de distribution : satellite, hertzien (analogique et numérique), câble et maintenant DSL, à l'exception cependant des droits relatifs à la diffusion de contenus audiovisuels sur téléphones portables* » (point 26).

En effet, exception faite des réseaux mobiles, il existe, au moins du point de vue des services audiovisuels, une certaine continuité entre ces plateformes. Plusieurs de ces plateformes (en particulier l'ADSL, la fibre optique jusqu'à l'abonné – FttH – ou le câble) ont des fins similaires (proposer aux utilisateurs finals un accès à internet, à un service de voix et à un service de télévision) et il convient de respecter un principe de neutralité technologique. En outre, les différences de performance entre ces technologies peuvent avoir un impact sur la qualité des services audiovisuels accessibles (résolution de l'image par exemple) mais n'emportent pas de différences significatives dans les usages ou dans la gamme de services (en dehors de la possibilité d'usages simultanés). Ainsi, la Commission européenne, dans la décision susmentionnée, incluait la technologie de fibre optique parmi les « *futures évolutions* » de la technologie DSL⁴⁷.

C'est dans ce contexte que l'Autorité indiquait, dans son avis n° 2010-1175⁴⁸, qu'un rapprochement des conditions d'accès au contenu par les FAI, positionnés sur les différentes plateformes est nécessaire, et que les différents éditeurs de chaînes devraient mettre à disposition leurs chaînes dans des conditions équivalentes entre les différentes plateformes de distribution, et ce, indépendamment de la technologie utilisée (câble, xDSL, FttH en particulier). Dans un avis n° 2010-1175, l'Autorité soulignait qu'une « *dissymétrie entre les opérateurs de très haut débit déployant les réseaux FttH et ceux recourant au réseau câblé comporte, à terme, des risques concurrentiels significatifs* ».

⁴⁶ Commission des communautés européennes, 18 juillet 2007, décision déclarant une opération de concentration compatible avec le marché commun et l'accord EEE, Affaire COMP/M.4504 - SFR/Télé 2 France.

⁴⁷ Commission des communautés européennes, *op. cit.*,

⁴⁸ Avis n° 10-1175 de l'ARCEP à l'Autorité de la concurrence relatif à une saisine de France Télécom relative à des pratiques mises en œuvre par GCP, TF1 et Métropole Télévision relative à de nouvelles atteintes à la concurrence dans le secteur de la télévision payante

Au-delà de ces remarques liminaires, l'Autorité souhaite attirer l'attention de l'Autorité de la concurrence sur quatre points essentiels : les trois premiers concernent les risques liés à la position prépondérante de GCP, le dernier est relatif aux risques de déstabilisation d'équilibres fragiles liés au contrôle de l'opération.

1. La position prépondérante de GCP sur les marchés de la télévision payante ne doit pas perturber le jeu de la concurrence entre les FAI

La nouvelle notification de la concentration, à l'instar de celle qui avait été faite en 2006, aura pour effet de renforcer la position de GCP sur le marché de la télévision payante. Ce renforcement pourrait perturber le jeu de la concurrence entre les FAI, d'autant plus que certaines évolutions capitalistiques et financières sont intervenues depuis 2006, renforçant potentiellement ces risques. Avant avril 2011, Vivendi détenait déjà 100 % de GCP, et 56 % de SFR. En avril 2011, Vivendi a finalisé auprès du britannique Vodafone le rachat des 44 % du capital de l'opérateur qu'il ne détenait pas et est donc, à ce jour, l'exclusif propriétaire à la fois de SFR et de GCP. Or, dans la mesure où SFR agit notamment en tant que FAI, il est amené à entretenir des relations contractuelles avec Canal+ France, détenue à 80 % par GCP.

Cette nouvelle situation comporte donc un certain nombre de risques, déjà rappelés dans les précédents avis et décisions des autorités de régulation nationales et européennes ayant trait aux opérations de concentration dans le secteur audiovisuel, auxquels il convient d'accorder une grande importance.

- Au niveau européen, la Commission européenne, dans la concentration SFR – Télé 2, soulignait que : « [...] si Télé 2 venait à bénéficier d'un traitement privilégié par Vivendi en termes d'accès aux contenus audiovisuels, elle pourrait rapidement et significativement renforcer sa position sur le marché aval de la distribution de télévision payante. En effet, un accès privilégié aux contenus audiovisuels détenus par Vivendi conférerait à Télé 2 un avantage substantiel sur les autres opérateurs DSL [...] » et que « dès lors que Vivendi devient un opérateur DSL de plein exercice, ses incitations à ne pas opérer de discrimination entre les opérateurs DSL disparaissent. Il aura en effet intérêt à favoriser SFR/Télé 2 afin de capter à son profit la plus grande part possible de la croissance du segment DSL du marché aval de la distribution de télévision payante ». Afin de remédier à ce risque, les parties avaient pris, auprès de la Commission européenne, un certain nombre d'engagements visant à s'assurer que Vivendi n'opère pas de discrimination vis-à-vis des opérateurs xDSL en faveur de SFR – Télé 2 concernant l'accès aux chaînes et services de la télévision payante. Des risques identiques et des remèdes similaires avaient été identifiés par le ministre de l'économie en mai 2008 lors du contrôle et de l'autorisation du rachat de Neuf Cegetel par SFR. Néanmoins, ces engagements ont été souscrits pour une durée limitée (4 ans) et qui viennent à terme cette année alors que les risques identifiés demeurent.

- Au niveau national, l'Autorité de la concurrence s'est déjà, par le passé, prononcée sur la question d'une éventuelle discrimination au profit d'un FAI par rapport aux autres. En ce sens, dans l'avis n° 09-A-42, l'Autorité de la concurrence affirmait : « [...] la rémunération moyenne versée à Orange par abonné pour la prestation de transport des bouquets « Canal+ Le Bouquet » et CanalSat serait nettement moins avantageuse pour Orange que pour Iliad. En effet, les nouvelles conditions de rémunération par abonné aux offres Canal+, fortement revues à la hausse, ne concernent chez Orange que les abonnés ayant souscrit à une offre de Canal+ depuis le 1^{er} janvier 2009, alors qu'elles s'appliquent également, chez Iliad, aux nouveaux abonnés de l'année 2008 ». Le risque pointé ici présente des différences notables avec la situation présente, notamment le fait qu'il ne découle pas de l'intégration verticale d'un groupe unique, mais d'une pure différenciation de traitement contractuel entre les FAI, dont l'effet est de privilégier l'un (Iliad) face à l'autre (Orange). Il s'agit ici d'une illustration de la mise en œuvre de la discrimination, qu'une éventuelle autorisation de concentration doit éviter.

En dehors des risques déjà soulignés par les autorités de concurrence, l'Autorité souhaite attirer l'attention de l'Autorité de la concurrence sur la question des services innovants développés par GCP, qui ne doivent pas être sources de nouvelles discriminations, même indirectes. L'Autorité indique enfin qu'il serait souhaitable qu'un principe général de transparence régisse les différents engagements qui seront imposés à GCP et Vivendi dans le cadre d'une éventuelle autorisation de concentration. La formalisation de contrats de cession interne entre GCP et SFR pourrait par exemple être envisagée. Dans le secteur des communications électroniques, le caractère auto-disciplinant de tels remèdes a pu soutenir leur efficacité. En effet, l'opérateur verticalement intégré est contraint de révéler des différences de traitement et de tenir à la disposition des autorités de régulation ou de concurrence des éléments de preuve permettant d'apprécier une éventuelle discrimination.

2. La position prépondérante de GCP sur les marchés de la télévision payante ne doit pas bouleverser l'équilibre du partage de la valeur avec les FAI

L'Autorité estime que le partage de la valeur entre GCP et les FAI est aujourd'hui globalement équilibré, tant pour la distribution des chaînes et bouquets de GCP que pour les contenus délinéarisés. Il importe que cet équilibre puisse être globalement pérennisé de manière dynamique et souple.

L'Autorité voit essentiellement deux raisons pour lesquelles cette solidité pourrait être, actuellement, mise à l'épreuve : d'une part, la concentration peut avoir pour effet d'amoinrir la ressource de financement des FAI provenant des services de télévision, notamment délinéarisés ; d'autre part, elle pourrait inciter GCP à privilégier une plateforme sur laquelle le groupe est en quasi-monopole (satellite), pénalisant ainsi les plateformes où les FAI sont présents (xDSL, fibre, câble).

- La position prépondérante de GCP sur le marché de la télévision payante ne saurait entraver la progression importante, par ailleurs bénéfique pour les FAI, des services non linéaires de télévision (VàD, VàDA essentiellement).

S'agissant de ces services non linéaires, il convient de distinguer la VàD et la VàDA :

- La VàD fait, à ce stade, l'objet d'une grande diversité d'acteurs, de plateformes et de supports de diffusion⁴⁹. Pour les acteurs qui nous intéressent à titre principal, il convient d'observer que GCP développe, à l'heure actuelle, une plateforme de VàD (CanalPlay), disponible chez Free, Bouygues Telecom et Numericable⁵⁰. Parmi les FAI, Orange et SFR disposent également, à ce jour, de leur propre offre de VàD. Par ailleurs, les FAI donnent accès à des plateformes de VàD de plusieurs autres distributeurs/éditeurs (« Disneytek », « Vod Mania », ou « My TF1 Vod » chez Free par exemple).
- La VàDA pose des problématiques différentes, dans la mesure où elle peut être considérée comme une sérieuse concurrence face aux chaînes de télévision premium linéaires. À titre d'illustration, en 2010, l'OFCOM avait observé, dans une consultation relative à Sky⁵¹, que ce dernier restreignait la diffusion de ses films premium et exploitait insuffisamment des droits cinéma – qu'il avait pourtant acquis – en VàDA. Sky avait en effet signé avec l'ensemble des studios hollywoodiens mais n'exploitait pas ces films sur sa plateforme. GCP a d'ailleurs, en 2011, développé son propre service de VàDA, « CanalPlay Infinity », qu'il propose désormais chez SFR, Free, Numericable et Bouygues Telecom. En termes d'attractivité, les offres proposées en VàDA sont nécessairement composées de films dont la sortie en salles date d'au moins 36 mois. À titre de comparaison, les films sont disponibles en VàD 4 mois après leur sortie en salle.

En France, l'absence d'exclusivités dans le domaine de la VàD et de la VàDA permet actuellement à ces marchés d'être relativement concurrentiels avec de nombreux acteurs. Malgré l'absence d'exclusivité sur ces marchés, il convient de remarquer que les acteurs tiers à GCP (et notamment les opérateurs) n'ont que peu utilisé ces services pour innover et se démarquer. Néanmoins, il convient de veiller à ce que des exclusivités de distribution en VàD ou en VàDA trop étendues ne conduisent pas à éliminer toute concurrence sur un créneau très dynamique et commercialement prometteur pour le secteur de la télévision payante. Si la réglementation relative à la chronologie des médias et certaines clauses contractuelles peuvent contraindre, à ce stade, l'important potentiel de commercialisation et de valorisation de ces modes de diffusion délinéarisés, il importe que des barrières concurrentielles ne viennent pas davantage limiter le développement de ces services.

⁴⁹ Cf. notamment CNC, Le marché de la vidéo, dossier n° 317, mars 2011.

⁵⁰ <http://www.lesoffrescanal.fr/rub-canal-plus/canal-plus-chaines-et-options/autres-services-disponibles/CANALPLAY>

⁵¹ http://stakeholders.ofcom.org.uk/binaries/consultations/third_paytv/statement/paytv_statement.pdf

3. La position prépondérante de GCP sur les marchés de la télévision payante ne doit pas élever de barrières à l'entrée sur ces marchés

Dans les deux modèles envisagés précédemment par l'Autorité, le modèle de montée d'un FAI dans la chaîne de valeur de la télévision payante est celui qui permet d'animer une concurrence sur le marché de la télévision payante la plus proche de la concurrence « historique » entre CanalSat et TPS.

L'ARCEP a ainsi déjà souligné⁵² que l'entrée d'un FAI sur les marchés amont et intermédiaire de la télévision payante était « *susceptible d'être favorable à une dynamique concurrentielle sur ces marchés* », précisant qu'elle réduirait les risques de monopsonie sur les marchés amont de l'acquisition de droits et contribuerait à animer le marché de la distribution des offres de télévision payant grâce notamment à des innovations techniques et commerciales.

Si l'Autorité ne souhaite pas privilégier ce modèle par rapport à un autre, elle estime qu'il doit demeurer toujours possible. Or, les conditions qu'un FAI doit remplir pour pénétrer avec succès le marché de l'édition, voire celui de l'acquisition des droits télévisuels, sont d'ores et déjà difficiles à réunir.

Sur le marché amont de l'acquisition des contenus

L'Autorité estime qu'un FAI faisant le choix d'acquérir directement des contenus premium ne devrait pas voir ses difficultés renforcées par l'opération de concentration. En effet, le groupe GCP pourrait profiter du renforcement de sa position dominante sur le marché amont de l'acquisition des droits pour :

- d'une part, augmenter la durée et/ou le périmètre des exclusivités conclues avec les détenteurs de droits de diffusion ;
- d'autre part, coupler les négociations de ces exclusivités sur le satellite où il est le seul acheteur potentiel avec des négociations similaires sur d'autres plateformes.

L'Autorité estime ainsi qu'il est nécessaire, afin de ne pas augmenter les barrières à l'entrée des marchés amont et intermédiaire de la télévision payante, que les exclusivités conclues avec les détenteurs de droit soient strictement encadrées. À cet égard, l'Autorité estime qu'un maximum de durée pourrait ainsi être défini et qu'*a minima*, les échéances des exclusivités conclues puissent être connues par les nouveaux entrants potentiels. L'Autorité attire l'attention de l'Autorité de la concurrence sur l'importance de donner de la visibilité aux concurrents potentiels de GCP (notamment les FAI) sur les termes de ses contrats d'exclusivité avec les détenteurs de droits, dans la mesure où il s'agit d'un prérequis

⁵² Avis n° 2009-0172 de l'ARCEP en date du 19 mars 2009 relatif à la demande d'avis du Conseil de la concurrence portant sur une saisine du ministre de l'économie, de l'industrie et de l'emploi sur les relations d'exclusivité entre activités d'opérateurs de communications électroniques et de distribution de contenus et de services, p.27 et s.

indispensable pour leur permettre de constituer une menace concurrentielle crédible face à GCP sur ces marchés.

Sur le marché intermédiaire de l'édition de chaînes

Afin de limiter l'importance des problématiques concurrentielles, une solution pourrait ainsi consister en la mise à disposition de certaines chaînes de GCP (selon un modèle dit de « dégroupage »), de manière unitaire, ou par mini-bouquets de chaînes.

L'Autorité souhaite toutefois attirer l'attention de l'Autorité de la concurrence sur les complexités de mise en œuvre sur le long terme de cette solution, notamment sur le fait qu'un dégroupage unitaire d'un nombre limité de chaînes ne peut être envisagé sans prendre en compte le risque de transfert des contenus « premium » des chaînes dégroupées vers les chaînes non dégroupées, et sans considérer la complexité d'établissement d'un tarif de gros efficace et équitable.

En outre, le renforcement de la position dominante de GCP sur le marché de l'acquisition des droits du fait de sa fusion avec TPS, le conduisant à devenir le seul acteur proposant des offres de télévision payante par satellite, pourrait lui permettre de bénéficier d'un avantage concurrentiel lors de ses négociations d'exclusivités avec les ayants droits. En effet, dans le cas où un FAI souhaiterait monter dans la chaîne de valeur de la télévision payante, il ne serait pas nécessairement, au moins dans un premier temps, en mesure d'assurer une distribution sur l'ensemble des plateformes. Dans un avis n°2010-0380 en date du 30 mars 2010, l'ARCEP avait déjà souligné que *« les exclusivités de distribution sur les plateformes satellites, sur lesquels le groupe Canal+ occupe une position prépondérante, doivent également faire l'objet d'une négociation distincte et autonome des autres plateformes. En particulier, les conditions tarifaires octroyées à une chaîne par le groupe Canal+ pour des exclusivités de distribution sur les plateformes de communications électroniques ne devraient pas dépendre des conditions de distribution (exclusive ou non) de cette chaîne sur la plateforme satellite du groupe Canal+ »*.

4. Les éventuelles obligations mises à la charge de GCP ne doivent pas l'empêcher de se développer et de créer de la valeur tant pour le secteur de l'audiovisuel que pour celui des communications électroniques

S'il n'est pas souhaitable que les marchés amont et intermédiaire de la télévision payante soient fermés aux opérateurs de communications électroniques souhaitant monter dans la chaîne de valeur, il ressort des précédents développements que les acteurs du secteur des communications électroniques peuvent par ailleurs profiter d'un partage équitable malgré la position prédominante de GCP sur les marchés de la télévision payante.

La question du rapport de force, relativement équilibré, existant entre GCP et les FAI pour la fourniture de prestations techniques et commerciales par ces derniers, est à ce titre centrale.

Sur un plan prospectif, l'environnement de la télévision connectée pourrait entraîner la fragilisation du système d'équilibre tel qu'il existe aujourd'hui.

Actuellement, les FAI parviennent à obtenir une partie de la valeur captée par les offres de GCP en étant des prestataires de ce dernier. Si la tendance du nombre de recrutements d'abonnés aux chaînes GCP *via* les plateformes gérées par les FAI est aujourd'hui à la hausse, il pourrait en être autrement en fonction de l'évolution du modèle économique de la télévision connectée. Un rapport ministériel sur la télévision connectée de novembre 2011⁵³ indique : « *Une analogie avec le développement des réseaux mobiles, dont l'usage a été bouleversé par l'arrivée des smartphones, laisse à penser que le paysage culturel et économique de la télévision connectée peut être modifié de manière imprévisible* ».

Ce même rapport pointe le risque évoqué précédemment : « *la capacité accrue pour les acteurs d'exercer simultanément plusieurs métiers situés à plusieurs niveaux de la chaîne de valeur, est perçue comme une opportunité pour les acteurs effectivement capables d'intervenir sur plusieurs plans (réduction du nombre d'intermédiaires, contact plus direct avec le consommateur) et comme une source d'inquiétude pour les acteurs qui n'en sont pas capables (possible désintermédiation et, par voie de conséquence, rupture du lien direct avec le consommateur ; captation de valeur, notamment par les moteurs de recherche et les agrégateurs de contenus)* ».

Dans la mesure où de nouveaux acteurs d'envergure internationale – « *qui n'appliquent pas les règles et obligations françaises et européennes* », note le rapport susmentionné⁵⁴ – sont amenés à faire leur entrée sur le marché français de la télévision payante, le paysage de la télévision par ADSL, FttH ou câble pourrait évoluer considérablement dans les années à venir. Ainsi, les opérateurs de communications électroniques, qui sont aujourd'hui indispensables pour GCP, ne le sont certainement pas autant pour Google, Apple ou Netflix. Partant, leur marge de négociation face à ces acteurs pourrait être extrêmement réduite, à supposer qu'il y ait effectivement des relations contractuelles entre eux à l'avenir, ce qui n'est pas garanti. En effet, dans l'écosystème de la télévision connectée, les nouveaux acteurs sont amenés à contracter directement avec les fabricants de téléviseurs (LG, Sony, Samsung, etc.).

Il serait regrettable que GCP soit entravé dans un jeu concurrentiel qui sera prochainement animé par de grands acteurs internationaux comme Apple, Google ou Netflix qui proposent déjà des services de télévision connectée innovants.

Par ailleurs, l'Autorité rappelle que l'équilibre actuel qui résulte notamment des lois de 1986 a placé GCP comme un acteur fondamental du financement de la production cinématographique française et européenne. Selon la présentation du groupe sur son site internet, GCP investit chaque année 2 milliards d'euros par an dans l'ensemble de ses programmes⁵⁵. Une partie de ce montant vient garantir le développement de la production cinématographique française et européenne, en application de la loi du 30 septembre 1986 et ses différents décrets

⁵³ La télévision connectée, novembre 2011, rapport au ministre de la culture et de la communication et au ministre chargé de l'industrie, de l'énergie et de l'économie numérique.

⁵⁴ Ibid.

⁵⁵ <http://www.canalplusgroup.com/pid165.htm>

d'application⁵⁶ qui imposent aux éditeurs de services de télévision des obligations en termes d'investissement dans la production cinématographique. Ces investissements sont contraints en termes de diversité et de soutien à la production indépendante. Ils représentaient, selon le dossier de notification fourni par les parties⁵⁷, de l'ordre de [...] d'euros par an entre 2008 et 2010.

Au vu de ces éléments, l'Autorité considère qu'il convient de veiller à ce que les impératifs concurrentiels qui sont essentiels pour le fonctionnement efficace des marchés tant de la télévision payante que des communications électroniques se conjuguent de manière réaliste avec la nécessité de ne pas déstabiliser l'équilibre actuel qui a permis, jusqu'à présent, des innovations importantes au profit du consommateur, des recettes solides pour le financement tant des ayants droits que des FAI.

⁵⁶ Décret n° 2010-747 du 2 juillet 2010 relatif à la contribution à la production d'œuvres cinématographiques et audiovisuelles des services de télévision diffusés par voie hertzienne terrestre et décret n° 2010-416 du 27 avril 2010 relatif à la contribution cinématographique et audiovisuelle des éditeurs de services de télévision et aux éditeurs de services de radio distribués par les réseaux n'utilisant pas des fréquences assignées par le Conseil supérieur de l'audiovisuel.

⁵⁷ Points 801 à 807

Conclusion

Le dynamisme des réseaux de communications électroniques a permis de multiplier les canaux de diffusion de la télévision payante (extension de la TV ADSL en particulier) et le développement de nouveaux services (TV HD, vidéo à la demande, ...). Toutefois, le déploiement de nouveaux réseaux nécessite des investissements importants, dans les prochaines années, qui ne pourront être réalisés que si les opérateurs de communications électroniques bénéficient d'un partage équitable de la valeur des services, notamment audiovisuels, qu'ils diffusent.

La montée des FAI dans la chaîne de valeur de la télévision payante présente une opportunité pour l'animation concurrentielle du marché de la télévision payante, faisant entrer de nouveaux acteurs, souvent puissants, avec des bases importantes de clients potentiels. Mais elle présente également des risques de comportements abusifs par des opérateurs verticalement intégrés : risque de discrimination pour l'accès à certains services ou contenus de télévision payante pouvant perturber gravement le jeu de la concurrence entre FAI, ou risques de renforcement de l'intensité capitalistique d'un secteur, ce qui pourrait éliminer les plus petits acteurs.

Il convient donc de garantir l'existence d'un modèle dans lequel les opérateurs de communications électroniques se concentrent sur leur métier et leur expertise sans devoir nécessairement devenir acteurs du marché de la télévision payante, très différent à bien des égards des activités de diffusion et de transport. Il importe ainsi de veiller à ce que le rapport de force entre ceux qui façonnent les services de télévision payante et ceux qui en assurent la diffusion ou le transport *via* leurs réseaux conduise à un partage de valeur équilibré et ne place pas les opérateurs de communications électroniques en position de dépendance ou de faiblesse. L'Autorité constate que le partage actuel de la valeur entre les FAI et le groupe Canal+ reflète un certain équilibre global. La position de plus en plus forte des réseaux des grands opérateurs de communications électroniques (aujourd'hui avec l'ADSL ou le câble et demain avec les réseaux FttH ou FttLA) comme principaux vecteurs de recrutement des abonnés de la télévision payante peut contribuer au maintien de cet équilibre.

Dans ce contexte, l'Autorité estime que l'opération envisagée, qui conforterait la position prépondérante du groupe Canal+, devrait être accompagnée de mesures garantissant :

- de ne pas perturber une concurrence saine et loyale entre les FAI ; des mesures de formalisation et de transparence des relations internes entre SFR et le groupe Canal Plus apparaissent, à ce titre, nécessaires ;
- de ne pas bouleverser l'équilibre global du partage de la valeur avec les FAI ;
- d'éviter l'élévation des barrières à l'entrée sur les marchés de la télévision payante ; la prédominance du groupe Canal Plus doit être en permanence limitée par une réelle possibilité d'entrée de nouveaux acteurs sur le marché ; la capacité effective de nouveaux acteurs à venir animer la concurrence sur le marché de la télévision payante doit être garantie par des durées d'exclusivités limitées dans le temps et dans leurs périmètres et dont les termes seraient suffisamment transparents.

Mais parallèlement, il importe de préserver le dynamisme et l'efficacité d'un modèle économique qui permet aujourd'hui de financer l'industrie audiovisuelle française et de contribuer à la valorisation des réseaux de communications électroniques à l'heure où de puissants acteurs internationaux exercent une pression économique de plus en plus forte sur ces secteurs dans un contexte concurrentiel difficile à apprécier. Des mesures trop intrusives ou trop complexes à mettre en œuvre pourraient durablement déstabiliser un équilibre probablement perfectible mais aujourd'hui globalement satisfaisant.

Enfin, un suivi étroit et régulier pourrait s'avérer pertinent pour alerter les autorités publiques de potentiels abus d'une entreprise qui demeurera en position dominante vis-à-vis de ses partenaires. A ce titre, il conviendrait, par exemple, d'envisager un mécanisme de suivi par une instance indépendante disposant d'une autonomie suffisante et d'une expertise sur chacun des marchés concernés par l'opération. Cette instance pourrait recevoir des comptes-rendus réguliers de la part de GCP et/ou d'un mandataire indépendant.

Fait à Paris, le 26 avril 2012

Le Président

Jean-Ludovic SILICANI