



Décision de l'Autorité de la concurrence - SALTO

En juin 2018, les chaînes de télévision TF1, France Télévisions et M6 ont annoncé travailler sur la création d'une plateforme commune appelée Salto.

Ce projet consiste à créer une entreprise, Salto, dédiée d'une part à la distribution de services de télévision et de médias audiovisuels à la demande et, d'autre part, à l'édition d'une offre de vidéos à la demande par abonnement (« VàDA »).

Les offres de Salto seront diffusées sur l'Internet ouvert (*over-the-top*) et seront donc accessibles au consommateur sans l'intermédiaire d'un distributeur sous la forme d'un abonnement payant mensuel.

Elle proposera des documentaires, des fictions françaises, de l'information (journaux de télévision, magazines, événements spéciaux), du divertissement, des séries américaines, et du cinéma.

Chaque société mère (France Télévisions, TF1 et M6 Métropole) détiendra un tiers du capital social et des droits de vote dans Salto, qui constituera une entreprise à part entière dotée de moyens humains propres et, en particulier, d'un personnel d'encadrement se consacrant à ses activités quotidiennes.

Le projet répond à la nécessité de dégager des synergies grâce à la mise en commun de certains des actifs des acteurs historiques de la télévision gratuite afin de concurrencer les plateformes numériques internationales, et notamment Netflix.

La présente note analyse la décision adoptée en août 2019 par l'Autorité de la concurrence, par laquelle elle autorise la création de cette entreprise sous réserve de la mise en œuvre d'une série d'engagements par les trois chaînes.

1 | La procédure et l'avis de l'Autorité de la concurrence

1.1 La décision de renvoi de la Commission européenne

Le projet constitue une concentration au sens de l'article L. 430-1 du Code de commerce en ce qu'il se traduit par la création d'une entreprise commune de plein exercice.

Compte tenu du chiffre d'affaires réalisé par les entreprises concernées, le projet de concentration a été, en application de l'article 1^{er} du règlement (CE) n° 139/2004 du Conseil sur les concentrations, notifié préalablement à la Commission européenne le 11 février 2019.

Le 18 mars 2019, la Commission européenne a décidé de renvoyer à l'Autorité de la concurrence l'examen de la création d'une entreprise commune en application de l'article 4.4 du règlement européen n° 139/2004 relatif au contrôle des concentrations entre entreprises. Cette procédure permet à la Commission, lorsque la concentration « *risque d'affecter de manière significative la concurrence sur un marché à l'intérieur d'un État membre qui présente toutes les caractéristiques d'un marché distinct* », de renvoyer l'examen de l'opération à l'Autorité nationale

nationale qui est la mieux placée pour apprécier ses effets sur la concurrence.

En accord avec les entreprises concernées, la Commission européenne a considéré que l'Autorité française était la mieux placée pour étudier cette opération de concentration, au regard notamment de l'impact de cette opération sur le marché national et de l'expérience de l'Autorité dans ce secteur.

1.2 L'avis du Conseil Supérieur de l'Audiovisuel

Saisi pour avis par l'Autorité de la Concurrence le 2 mai 2019, le Conseil supérieur de l'audiovisuel a rendu le 17 juillet 2019 un avis favorable¹ à la création du projet Salto en considérant que :

- Ce projet répond à l'évolution des usages : pour le CSA, « *la consommation non linéaire et sur des écrans autres que le téléviseur de contenus audiovisuels est en forte croissance, en télévision de rattrapage (TVR) comme en vidéo à la demande par abonnement. Les éditeurs doivent donc être présents sur tous les supports pour répondre aux attentes des consommateurs, suivre l'évolution des usages et élargir et fidéliser leur audience.* »
- Il ne s'agit pas d'un projet isolé, le CSA précise par exemple que la BBC et le groupe privé ITV ont annoncé la mise en commun de leurs programmes dans le service payant Britbox. Le service est disponible aux États-Unis et au Canada depuis mars 2017.
- Les engagements proposés par les parties étaient de nature à lever les risques identifiés sur le terrain de la concurrence. De surcroît, le CSA a estimé que sur le marché de l'acquisition des droits, cette opération était susceptible de valoriser la création européenne et française sans toutefois priver les concurrents de l'accès aux droits de diffusion d'une manière telle que la diversité de l'offre en serait significativement affectée. S'agissant de l'activité de distribution, le CSA a considéré que Salto ne semblait pas susceptible de modifier les équilibres du secteur dans un paysage marqué par l'importance de la distribution par les réseaux gérés.

1.3 La décision de l'Autorité de la concurrence

Les parties ont notifié à l'Autorité de la concurrence leur projet de création le 17 juin 2019 et proposé dès le stade de la notification une série d'engagements visant à réduire les risques concurrentiels.

Plusieurs marchés ont été identifiés comme pouvant être affectés par l'opération de concentration à savoir :

- Le marché en amont de l'acquisition des droits de diffusion ;
- Le marché de l'édition et de la commercialisation des chaînes de télévision ;
- Le marché de la distribution de services de télévision payante ;
- Les marchés de la publicité.

- **L'acquisition de droits de diffusion de contenus audiovisuels**

Après avoir identifié un marché unique relatif à l'acquisition des droits linéaires et non linéaires, l'Autorité a considéré que les trois sociétés mères constituent des acteurs importants notamment dans le marché d'acquisition des droits de diffusion de contenus audiovisuels d'expression originale française (« EOF ») et les programmes de flux pouvant entraîner un risque de coordination visant à rendre plus complexe l'achat des droits par les concurrents de Salto.

L'Autorité a mis en exergue le risque « *que les sociétés-mères mettent en œuvre une stratégie généralisée de couplage de leurs achats de droits de diffusion linéaire et non linéaire afin de favoriser l'accès de Salto à des droits de diffusion non linéaire* ». En outre, elle a constaté que « *les contrats d'achat de droits de diffusion linéaire intégraient des clauses contractuelles qui sont de nature à rendre l'achat de droits de diffusion non linéaire par les*

concurrents de Salto plus complexe (clauses dites de holdback et droits de priorité et de préemption) ».

Pour remédier à ces risques concurrentiels, TF1, France Télévisions et M6 se sont engagées notamment à limiter leurs possibilités d'achats couplés de droits de diffusion linéaire et non linéaire. Ainsi, elles ne pourront acquérir les droits non linéaires VàDA qu'en cas d'achat concomitant des droits linéaires, étant précisé que (i) la durée des droits non linéaires VàDA ne pourra pas excéder celle des droits linéaires et que (ii) la période des droits non linéaires VàDA doit être incluse dans la période des droits linéaires.

Par ailleurs, les engagements proposés encadrent les conditions d'approvisionnement de Salto à un double titre. D'une part, ils prévoient une limitation de son approvisionnement en contenus exclusifs directement auprès de ses sociétés mères. D'autre part, ils restreignent les possibilités pour Salto d'acquérir des droits de diffusion non linéaire à titre exclusif à la suite de la levée, par l'une de ses sociétés mères, d'une clause de « *holdback* » et ils interdisent l'exercice, par Salto, de droits de priorité ou de préemption contenus dans les contrats d'achat de TF1, FTV et M6.

S'agissant des contenus américains et européens, aucun risque concurrentiel n'a été identifié en raison notamment de la présence d'opérateurs concurrents significatifs.

- **L'édition et la commercialisation de chaînes de télévision**

Afin d'écartier tout risque d'éviction des distributeurs concurrents de Salto et compte tenu du caractère incontournable des chaînes éditées par les sociétés mères ainsi que des fonctionnalités associées (TF1, M6, France 2, France 3, etc.), les parties se sont engagées :

- À ce que Salto ne puisse pas contracter d'exclusivité de distribution de chaînes de la TNT et notamment les chaînes de la TNT en clair des sociétés-mères et de leurs services et fonctionnalités associés. Afin néanmoins de maintenir les incitations de Salto à innover et de lui permettre de se différencier, les engagements prévoient la possibilité pour Salto de bénéficier d'exclusivités temporaires pour des services et fonctionnalités dont elle serait elle-même à l'initiative.
- À ce que TF1, France Télévisions et M6 proposent directement, c'est-à-dire sans l'intermédiaire de Salto, à tout distributeur tiers, la distribution de leurs chaînes de la TNT en clair et de leurs services et fonctionnalités associés, à des conditions objectives et non discriminatoires. Pour ce faire, les engagements prévoient en particulier un mécanisme de fixation de la rémunération due par Salto à ses sociétés mères par deux experts indépendants.

S'agissant de chaînes payantes éditées par le groupe, ce risque a été écarté compte tenu de la faible position de TF1 et de M6 sur ce marché.

- **La distribution de services de télévision payante**

S'agissant du marché aval de la distribution des services de télévision payante, l'Autorité de la concurrence considère que les parties ont une activité très réduite.

Toutefois afin d'éviter que la promotion de Salto sur les chaînes des sociétés mères ne vienne favoriser son service par rapport à ceux de ses concurrents, les parties se sont donc engagées à limiter les possibilités de promotion croisée entre leurs chaînes et la plateforme Salto.

Plus généralement, Salto sera un nouvel entrant sur le marché de la distribution de services de télévision payante et sera confrontée à une concurrence importante, notamment des plateformes VàDA et des fournisseurs d'accès à Internet. Dans ces conditions, l'Autorité a écarté tout problème de concurrence sur le marché de la distribution de services de télévision payante et a donc considéré qu'aucun engagement à ce titre n'était requis.

- **La publicité**

S'agissant de la publicité, considérant que Salto ne commercialisera pas d'espace publicitaire, l'Autorité a écarté tout risque concurrentiel lié à l'opération sur ces marchés.

En revanche, Salto étant susceptible d'acheter des espaces publicitaires auprès de ses sociétés mères, ces dernières se sont engagées à commercialiser auprès de Salto des espaces publicitaires sur la base de conditions générales de vente, et dans des conditions objectives et non discriminatoires.

- **Les risques de coordination entre TF1, France Télévisions, M6 et Salto**

Compte tenu des liens créés par l'opération, l'Autorité a considéré que celle-ci est de nature à faciliter une coordination entre TF1, France Télévisions et M6, ainsi qu'avec leur filiale commune.

Afin de répondre à cette préoccupation de concurrence, les sociétés-mères se sont engagées à mettre en place un ensemble de garanties, individuelles et collectives, destinées à limiter au strict nécessaire et dans un cadre fixé les échanges d'informations entre Salto et ses sociétés-mères.

Celles-ci s'appliqueront pendant cinq ans et devront être renouvelées pour cinq années supplémentaires (les conditions liées aux risques de coordination entre les trois groupes s'appliqueront pour la durée de vie du service).

¹ Commission européenne, affaire M9040, France Télévisions/Métropole Télévision/TF1/JV, C(2019)2252 final, 18 mars 2019

² <https://www.csa.fr/Arbitrer/Espace-juridique/Les-textes-reglementaires-du-CSA/Avis-du-CSA-a-l-autorite-de-la-concurrence/Le-CSA-rend-un-avis-favorable-au-projet-Salto>